

## Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Instagram Di Pantai Batukaras ( Studi kasus pada akun Instagram @batukaras\_bagus)

**Faiq Adhiyat Yuman<sup>\*</sup>, Atie Rachmiate**

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

faiqadhiiyat@gmail.com, rachmiate@gmail.com

**Abstract.** Tourism is one of the sectors that needs to be prioritized in its development. Batukaras Beach combines the atmosphere of Pangandaran Beach and Batu Hiu's natural surroundings, with a peaceful environment, friendly sea waves, and a gently sloping beach, making visitors feel comfortable staying at this location. This study aims to examine the Tourism Promotion Strategy through social media Instagram at Batukaras, the advantages and disadvantages of the promotion strategy through Instagram social media at Batukaras, and the forms of tourism promotion through the Instagram account @batukaras\_bagus. This research is a qualitative study using a case study approach at Batukaras Beach in Pangandaran, focusing on the Tourism Marketing Communication Strategy. Based on the focus of the research, the substance of the issue and the substance of the research approach can be described. The study focuses on the Tourism Marketing Communication Strategy implemented by stakeholders in Batukaras.

**Keywords:** *Communication, Tourism, Social Media, Batukaras*

**Abstrak.** Pariwisata merupakan salah satu bidang yang perlu digalakan dalam pembangunannya. Pantai Batukaras adalah penggabungan nuansa pantai Pangandaran dan alam Batu hiu dengan suasana alam yang tenang, gelombang laut yang bersahabat dan juga pantai yang landai sehingga dapat membuat para wisatawan betah tinggal di tempat ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Promosi Pariwisata melalui media sosial Instagram di Batukaras, keunggulan dan kelemahan Strategi promosi pariwisata melalui media sosial instagram di batukaras, dan mengetahui bentuk promosi pariwisata melalui media sosial akun Instagram @batukaras\_bagus. Penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus di pantai batukaras pangandaran, maka penelitian ini fokus pada Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata. Berdasarkan dari fokus Penelitian diatas maka dapat dideskripsikan substansi permasalahan dan substansi pendekatan penelitian ini, Penelitian fokus pada bentuk Strategi Komunikasi Pemasaran Pantai Batukaras yang dilaksanakan oleh stakeholder di Batukaras.

**Kata Kunci:** *Komunikasi, Pariwisata, Media Sosial, Batukaras*

## A. Pendahuluan

Batukaras merupakan salah satu daerah pariwisata yang berkembang cukup baik dibandingkan daerah lainnya di Kabupaten Pangandaran. Beragam daya tarik wisata yang ditemui di Batukaras tidak terlepas dari daya tarik alam pantai yang dimiliki. Salah satu obyek daya tarik wisata alam wisata alam pantai yang ada di Batukaras ini adalah Pantai Batukaras.

Pantai Batukaras terkenal sebagai salah satu destinasi pariwisata di Dunia karena keindahan pantainya. Daya tarik Pantai Batukaras ini menawarkan suasana pantai yang tenang dengan ombak yang konsisten sepanjang tahun. Serta keindahan matahari terbenam dengan aktifitas wisata, seperti berjemur, berenang, serta bermain Surfing, tidak heran Pantai Batukaras sering kali dijadikan obyek Surfing oleh wisatawan lokal maupun mancanegara. Kesadaran merek adalah kesanggupan seorang calon pembeli untuk mengenali, mengingat kembali suatu merek sebagai bagian dari suatu kategori produk tertentu. Bagian dari suatu kategori produk perlu ditekankan karena terdapat suatu hubungan yang kuat antara kategori produk dengan merek yang dilibatkan. Kesadaran merek membutuhkan jangkauan kontinyu dari perasaan yang tidak pasti bahwa merek tertentu telah dikenal sebelumnya, sehingga konsumen yakin bahwa produk merupakan satu-satunya merek dalam satu kelompok produk.

Sampai pada saat peneliti melakukan observasi tentang Batukaras. Peneliti tertarik pada salah satu akun Instagram yaitu *@batukaras\_bagus* karena melihat jumlah follower yang banyak dan konten-konten yang mereka ciptakan sangat menarik. Mereka juga berfokus pada pengembangan olahraga surfing karena menurut mereka Batukaras itu memiliki potensi besar untuk menjadi wisata kelas Dunia yang memiliki ombak bagus untuk bermain selancar sebagai objeknya, dengan harapan orang-orang luar negeri datang ke Batukaras dan ingin menjajal ombaknya. Dan mereka juga ingin memperkenalkan bakat lokalnya yang punya potensi luar biasa di bidang selancar agar talenta muda Batukaras ini *Skill* nya dilirik oleh masyarakat luas.

*@Batukaras\_bagus* tidak hanya membuat konten di Instagram untuk menarik wisatawan, dia juga membuat Merchandise seperti baju, yang mempunyai toko di kawasan Pantai Batukaras. Selain itu selalu rutin membuat acara yang bernama “Kook Fest” acara tersebut merupakan ajang senang-senang bagi para peselancar di Batukaras bahkan wisatawan Mancanegara pun banyak yang terlibat dalam acara tersebut. Acara tersebut dimulai dari tahun 2018, dan tahun ini adalah acara ke 4 yang di selenggarakan.

Kegiatan yang dapat dilakukan di pantai Batukaras sangatlah beragam, mulai dari berbagai macam olahraga air seperti memancing, kano, surfing, buggy, jet ski, banana boat sampai camping. Walaupun banyak olahraga air yang bisa dilakukan di pantai Batukaras ini tentu saja Surfing menjadi andalan wisata olah raga air di sini karena kondisi pantai yang landai, juga ombak yang cukup besar serta memiliki kekuatan yang tidak terlalu membahayakan sehingga pantai ini cocok untuk menjadi pilihan untuk selancar bagi banyak pecinta olah raga tersebut baik yang masih pemula ataupun yang sudah mahir. Namun demikian, potensi ini belum tergali karena wisatawan biasanya lebih tertarik untuk datang ke pantai Pangandaran karena pantai Pangandaran memiliki infrastruktur yang lengkap dan sangat mudah dijangkau dari jalanan utama keadaan pantai pangandaran pun lebih terorganisir padahal keadaan alam Pantai Batukaras ini lebih indah daripada Pangandaran lebih banyak pepohonan, pantainya lebih bersih.

Perkembangan kepariwisataan di pantai Batukaras ini tidak terlepas dari adanya globalisasi dan perkembangan kepariwisataan di Indonesia. Adanya perubahan sosial dan ekonomi di Batukaras yang mengoptimalkan potensi tempat wisata yang dimiliki oleh Kabupaten Pangandaran adalah Pantai Batukaras yang berlokasi di Desa Batukaras, Kecamatan Cijulang, Kabupaten Pangandaran. Datangnya era globalisasi dan modernisasi menuntut perubahan dan pengembangan di dalam suatu bidang termasuk bidang pariwisata. Supaya dapat selaras dan seimbang dengan zaman dewasa ini, industri pariwisata mempunyai peranan penting dalam upaya pembangunan dan pengembangan suatu daerah, contoh kecil apabila suatu daerah bisa mengelola tempat wisatanya maka daerah itu akan memberikan potensi untuk mengurangi kemiskinan, membuka lapangan kerja, bahkan mampu memberikan kontribusi pendapatannya kepada pendapatan tingkat nasional.

Di era digital saat ini, penggunaan media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi salah satu strategi utama dalam promosi pariwisata. Instagram, dengan fitur-fitur visualnya yang menarik, memungkinkan destinasi wisata untuk menampilkan keindahan alam dan budaya secara efektif. Hal ini sangat relevan mengingat meningkatnya jumlah pengguna internet dan media sosial di Indonesia

dan di seluruh dunia.

Dengan tingginya penggunaan Media Sosial di Indonesia menjadi media baru untuk memasarkan produk atau jasanya. Iklan yang dulunya hanya kita lihat di media konvensional seperti televisi, radio, surat kabar atau majalah sekarang telah menyebar ke dunia media sosial. Berbeda dengan iklan konvensional yang hanya bersifat searah, media sosial memungkinkan pengguna untuk memberikan umpan balik kepada pemasar seperti bertanya, memberikan komentar, dan saran. Dalam penggunaannya media sosial dirasa menghemat biaya dan lebih efisien waktu dalam pemasaran.

Hal ini mengaitkan strategi komunikasi yang baik dari perencanaan komunikasi dalam mencapai tujuan yang ingin dicapai. Istilah pariwisata berhubungan erat dengan pengertian perjalanan wisata, yaitu sebagai suatu perubahan tempat tinggal, sementara seseorang diluar tempat tinggalnya karena suatu alasan dan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan upah. Dapat diartikan bahwa pariwisata merupakan suatu usaha mencari keseimbangan dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial melalui perjalanan dari satu tempat ke tempat lain yang bersifat sementara yang dilakukan oleh perorangan atau kelompok. Namun pariwisata tidak hanya diartikan sebagai perjalanan saja, pada hakikatnya pariwisata juga sebagai ekonomi kreatif yang merupakan salah satu wujud pemikiran, imajinasi, pengetahuan, kemauan dan kemampuan yang kreatif, yang dapat mempercepat kemajuan pembangunan ekonomi dan perkembangan dunia usaha, melalui terciptanya lapangan pekerjaan bagi diri sendiri dan orang lain secara ekonomi dengan menciptakan ide-ide kreatif dari semua potensi wisata yang ada. Hal ini mengaitkan strategi komunikasi yang baik dari perencanaan komunikasi dalam mencapai tujuan yang ingin dicapai. Istilah pariwisata berhubungan erat dengan pengertian perjalanan wisata, yaitu sebagai suatu perubahan tempat tinggal, sementara seseorang diluar tempat tinggalnya karena suatu alasan dan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan upah. Dapat diartikan bahwa pariwisata merupakan suatu usaha mencari keseimbangan dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial melalui perjalanan dari satu tempat ke tempat lain yang bersifat sementara yang dilakukan oleh perorangan atau kelompok. Namun pariwisata tidak hanya diartikan sebagai perjalanan saja, pada hakikatnya pariwisata juga sebagai ekonomi kreatif yang merupakan salah satu wujud pemikiran, imajinasi, pengetahuan, kemauan dan kemampuan yang kreatif, yang dapat mempercepat kemajuan pembangunan ekonomi dan perkembangan dunia usaha, melalui terciptanya lapangan pekerjaan bagi diri sendiri dan orang lain secara ekonomi dengan menciptakan ide-ide kreatif dari semua potensi wisata yang ada.

Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui peran akun Instagram @batukaras\_bagus dalam pembuatan konten tentang Pantai Batukaras
2. Untuk mengetahui apa saja bentuk/jenis promosi yang buat oleh akun Instagram @batukaras\_bagus untuk meningkatkan jumlah wisatawan
3. Untuk mengetahui latar belakang Instagram @batukaras\_bagus memilih konten Instagram tentang *Surfing*

## **B. Metode**

Ada dua paradigma yang umum digunakan dalam penelitian ilmiah, yaitu paradigma ilmiah dan paradigma alamiah. Menurut Harmon (Moleong, 2012) paradigma merupakan cara mendasar untuk mempersepsi, berpikir, menilai dan melakukan yang berkaitan dengan sesuatu secara khusus tentang realitas. Berdasarkan pengertian-pengertian paradigma penelitian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa paradigma penelitian merupakan akar bagi peneliti untuk mengkondisikan kerangka berpikirnya dalam melakukan penelitian terhadap masalah penelitiannya. Kerangka berpikir tersebut kemudian akan menuntun peneliti menuju konsep teori apa yang akan digunakan, pendekatan, metode, teknik, dan langkah-langkah analisis penelitian selanjutnya sehingga berkesinambungan.

## **C. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

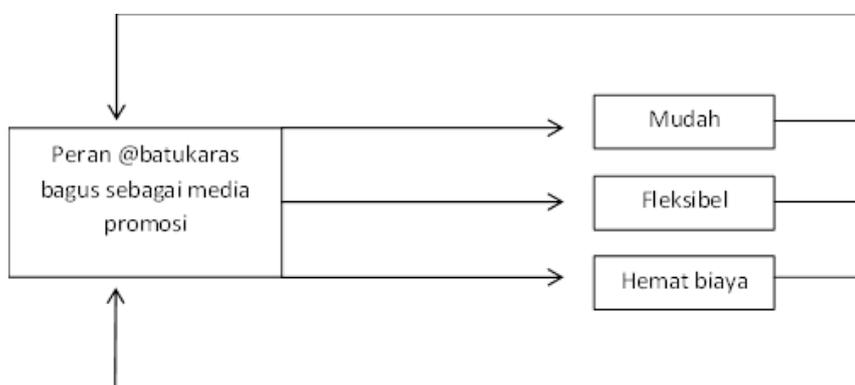
Hadirnya berbagai macam media sosial sangat membantu banyak kalangan dalam kehidupan sehari-hari baik untuk mencari informasi, menjalin komunikasi, sumber referensi, atau sebagai media promosi. Media sosial yang akhir-akhir ini banyak digunakan oleh masyarakat untuk berbagai

aktivitas dalam kesehariannya yaitu media Instagram. Instagram merupakan sebuah aplikasi media sosial yang menggunakan jaringan internet untuk mengaksesnya (Sekar & Nuraeni, 2019)

Instagram dapat dengan mudah digunakan oleh semua kalangan baik untuk memposting foto atau video, mencari referensi, bahkan untuk media promosi. Terdapat salah satu tempat wisata yang ada di Pangandaran yaitu Pantai Batukaras yang menggunakan media Instagram. Pantai Batukaras juga banyak terdapat akun Instagram yang pada garis besarnya untuk melakukan promosi, ajakan, atau informasi kepada masyarakat luas dapat berkunjung ke Pantai Batukaras yaitu salah satunya @batukaras\_bagus.

Banyak individu mengandalkan berbagai bentuk media sosial setiap hari karena berbagai alasan, termasuk namun tidak terbatas pada: mencari informasi, berkomunikasi, mereferensikan, dan beriklan. Instagram adalah salah satu platform media sosial paling populer saat ini, digunakan untuk segala macam hal biasa. Menurut Sekar dan Nuraeni (2019), Instagram merupakan aplikasi media sosial yang dapat diakses melalui jaringan internet.

Semua orang dapat menggunakan Instagram untuk apa saja: memposting gambar dan video, mencari referensi, dan bahkan beriklan. Instagram digunakan oleh Pantai Batukaras, salah satu tempat wisata di Pangandaran. Salah satu dari banyak akun Instagram yang dijalankan oleh Pantai Batukaras - @batukaras\_bagus - digunakan untuk menyebarkan berita tentang pantai dan fasilitasnya kepada orang-orang di seluruh dunia.



**Gambar 1.** Peran @Batukaras Bagus Sebagai Media Sosial

Media sosial yang ada saat ini memiliki berbagai jenis, salah satunya adalah Instagram. Platform ini banyak digunakan oleh berbagai kalangan karena kemudahannya dalam berbagi informasi. Nama "Instagram" berasal dari kata "insta" yang berarti instan atau langsung ditampilkan, serta "gram" yang merujuk pada penyampaian informasi dengan cepat. Oleh karena itu, Instagram merupakan media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi dengan mudah dan cepat (Asmaradewi, 2019).

Instagram memungkinkan penggunaannya untuk menyampaikan berbagai informasi dengan mudah dan menjangkau banyak orang. Sebagai media sosial, Instagram menyediakan berbagai fitur yang memungkinkan pengguna mengunggah foto atau video yang menarik. Saat ini, Instagram telah digunakan oleh berbagai lapisan masyarakat untuk berbagai keperluan, termasuk sebagai sarana promosi. Salah satu contohnya adalah pengelola kawasan wisata Taman Balekambang di Surakarta, yang memanfaatkan Instagram untuk mempromosikan tempat wisata tersebut. Akun @batukaras\_bagus juga memilih Instagram sebagai media promosi karena kemudahannya, biaya yang lebih hemat, serta kemampuannya menjangkau lebih banyak orang.

Dalam Instagram, tersedia berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan pengguna, seperti mengunggah foto atau video menarik, membuat Instagram Story, serta menggunakan fitur hashtag. Akun @batukaras\_bagus, misalnya, membuat berbagai konten edukatif, informatif, serta ajakan bagi masyarakat untuk berkunjung ke Pantai Batukaras. Mereka juga sering menggunakan Instagram Story untuk membagikan berbagai informasi serta me-repost unggahan pengguna lain yang menandai akun mereka. Instagram Story dapat bertahan selama 24 jam sebelum menghilang secara otomatis.

Selain itu, akun @batukaras\_bagus juga memanfaatkan fitur hashtag dalam unggahan mereka untuk mempermudah pencarian informasi terkait Pantai Batukaras. Hashtag yang digunakan

umumnya berkaitan dengan pariwisata, seperti #batukarasbagus dan #westjavaindonesia. Fitur mention juga digunakan untuk memperluas jangkauan informasi. Dengan menambahkan tanda "@" pada unggahan, lebih banyak pengguna dapat mengetahui postingan tersebut. Pengelola akun memanfaatkan fitur mention sebagai bagian dari strategi promosi, sehingga pengunjung yang datang dan membagikan pengalaman mereka di Instagram dapat menarik perhatian pengguna lain untuk turut mengunjungi Pantai Batukaras.

Selain foto dan story, akun @batukaras\_bagus juga aktif menggunakan fitur video Reels untuk meningkatkan efektivitas promosi. Kehadiran video Reels membantu menjangkau audiens yang lebih luas, bahkan mereka yang tidak mengikuti akun tersebut tetap dapat melihat unggahan tersebut. Video Reels yang dibuat oleh akun ini menarik perhatian banyak pengguna, sehingga semakin banyak orang yang tertarik dan memiliki keinginan untuk berkunjung ke Pantai Batukaras. Dalam praktiknya, video Reels menjadi salah satu jenis unggahan yang paling sering digunakan dalam strategi promosi mereka.

Dengan munculnya media sosial yang ada membuat para pengguna media sosial dapat menggunakannya dengan mudah untuk berbagai aktivitas sehari – hari, misalnya saja untuk mencari informasi, sumber referensi, ataupun untuk mempromosikan suatu hal. Hadirnya media sosial sebagai media untuk memperkenalkan atau mempromosikan suatu tempat wisata juga dilakukan oleh pengelola @batukaras\_bagus. Pengelola memilih media instagram sebagai media untuk melakukan promosi, karena dengan menggunakan instagram promosi yang dilakukan akan menjadi hemat biaya, mudah dilakukan, dan dapat mengenai banyak sasaran. @batukaras\_bagus menggunakan media sosial Instagram sebagai media promosi dengan jumlah followers mencapai lebih dari 13 ribu. Instagram saat ini menjadi media sosial utama dan paling aktif yang digunakan. Selain karena beragam fitur yang tersaji didalamnya, masyarakat lebih aktif mengakses Instagram @batukaras\_bagus sebagai media informasi dan edukasi dengan kemudahan penggunaan. Instagram tersebut juga mudah dijangkau oleh semua kalangan karena baik muda maupun tua menjadikan Instagram sebagai media sosial dengan jumlah pengguna yang relatif besar.

Dalam melakukan kegiatan promosinya @batukaras\_bagus banyak membuat konten tentang surfing, karena aktivitas itu merupakan hal yang paling dicari oleh orang-orang yang akan berwisata ke pantai batukaras. Konten-konten Instagram yang diunggah menjadi sarana promosi bagi pihak pengelola dengan tujuan agar audiens dapat tertarik untuk mengunjungi pantai batukaras. Unggahan foto, video, dan reels tentang surfing pada feeds yang biasanya dilakukan memiliki kecenderungan terhadap product knowledge atau pengetahuan terkait produk, dalam hal ini adalah layanan yang diberikan oleh Objek Wisata tersebut. Hal tersebut mirip dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hanjaya, 2016) menunjukkan bahwa pengetahuan produk memberikan pengaruh yang sangat signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian, memberikan pengetahuan terkait produk yang ditawarkan sebelum membeli akan membuat mereka lebih percaya. Selain itu, dominasi warna hijau juga akan memberikan citra merek dalam benak pelanggan terkait jenis usaha berupa rekreasi dan wisata alam.

Instagram, sebagai salah satu platform media sosial yang paling populer di Indonesia, telah dimanfaatkan secara optimal oleh akun @batukaras\_bagus untuk mempromosikan Pantai Batukaras. Peran utama akun ini adalah menyebarkan informasi dan menarik perhatian wisatawan melalui visual yang menarik, seperti foto dan video, serta memanfaatkan fitur interaktif Instagram seperti reels, stories, hashtag, dan mentions.

Fitur-fitur ini memungkinkan penyebaran informasi yang luas dengan biaya yang relatif rendah, sehingga dapat menjangkau berbagai kalangan, baik wisatawan lokal maupun mancanegara. Dengan lebih dari 13 ribu pengikut, @batukaras\_bagus memanfaatkan algoritma Instagram yang mendukung konten visual untuk menciptakan engagement yang tinggi. Sebagai hasilnya, Pantai Batukaras mulai dikenal sebagai destinasi wisata unggulan, khususnya dalam olahraga surfing. Media sosial Instagram juga memungkinkan komunikasi dua arah, di mana pengguna dapat memberikan umpan balik langsung melalui komentar, likes, atau pesan langsung (direct message).

Selain itu, kehadiran akun ini memberikan platform untuk menampilkan daya tarik alam Batukaras, seperti keindahan pantai, ombak yang ramah untuk surfing, dan pengalaman lokal yang otentik. Dengan pendekatan visual yang kreatif dan strategis, akun ini berhasil memposisikan Batukaras sebagai destinasi wisata yang relevan di era digital.

Promosi yang dilakukan oleh @batukaras\_bagus melibatkan kombinasi konten digital dan

acara offline. Di ranah digital, akun ini konsisten memposting konten informatif, edukatif, dan promosi yang menarik. Konten tersebut mencakup pemandangan pantai, aktivitas surfing, dan keindahan alam Batukaras. Visual yang diunggah sering kali dilengkapi dengan caption persuasif, hashtag relevan (#batukarasbagus, #surfingbatukaras), dan tag ke akun lain untuk memperluas jangkauan.

Akun ini juga memanfaatkan video reels sebagai sarana promosi utama. Reels memungkinkan penyebaran konten ke audiens yang lebih luas, bahkan di luar lingkaran pengikut akun tersebut. Konten reels ini sering kali menampilkan aksi surfing, panorama pantai, dan event lokal, yang semuanya dirancang untuk menarik perhatian wisatawan dan meningkatkan minat mereka berkunjung ke Batukaras.

Selain promosi digital, akun ini juga berperan dalam menyelenggarakan acara-acara rutin seperti "Kook Fest." Acara ini dirancang untuk menarik wisatawan dan peselancar dari berbagai penjuru dunia. Kook Fest merupakan kompetisi surfing dengan konsep unik, di mana peserta diharuskan mengenakan kostum menarik. Acara ini tidak hanya mempromosikan Pantai Batukaras tetapi juga mendukung usaha mikro lokal yang terlibat dalam kegiatan tersebut, seperti penjualan suvenir dan makanan. Dengan menggabungkan promosi online dan offline, @batukaras\_bagus mampu menciptakan strategi yang holistik untuk meningkatkan jumlah wisatawan.

Konten surfing menjadi fokus utama promosi karena Pantai Batukaras memiliki ombak yang dikenal ideal untuk olahraga ini. Terdapat dua titik surfing utama, yaitu Legok Pari untuk pemula dan Bulak Bendak untuk peselancar berpengalaman. Kondisi alam ini membuat Batukaras menonjol dibandingkan pantai lain di Jawa Barat.

Pengelola akun @batukaras\_bagus menyadari potensi besar dari daya tarik ini. Dengan menampilkan video dan foto aksi surfing, akun ini tidak hanya mempromosikan destinasi tetapi juga menciptakan kesan bahwa Batukaras adalah surga bagi peselancar. Fokus pada surfing juga memberikan kesempatan untuk memperkenalkan bakat lokal, seperti peselancar muda berbakat yang dapat menjadi daya tarik tambahan bagi wisatawan.

Keputusan untuk memilih konten surfing didasarkan pada dua hal utama: potensi besar Pantai Batukaras sebagai destinasi surfing kelas dunia dan daya tarik olahraga ini bagi segmen wisatawan muda, baik domestik maupun internasional. Surfing dianggap sebagai aktivitas yang mampu meningkatkan citra Pantai Batukaras sebagai destinasi wisata aktif dan dinamis, sekaligus memberikan nilai ekonomi bagi komunitas lokal.

#### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

Instagram, sebagai salah satu platform media sosial yang paling populer di Indonesia, telah dimanfaatkan secara optimal oleh akun @batukaras\_bagus untuk mempromosikan Pantai Batukaras. Peran utama akun ini adalah menyebarkan informasi dan menarik perhatian wisatawan melalui visual yang menarik, seperti foto dan video, serta memanfaatkan fitur interaktif Instagram seperti reels, stories, hashtag, dan mentions.

Fitur-fitur ini memungkinkan penyebaran informasi yang luas dengan biaya yang relatif rendah, sehingga dapat menjangkau berbagai kalangan, baik wisatawan lokal maupun mancanegara. Dengan lebih dari 13 ribu pengikut, @batukaras\_bagus memanfaatkan algoritma Instagram yang mendukung konten visual untuk menciptakan engagement yang tinggi. Sebagai hasilnya, Pantai Batukaras mulai dikenal sebagai destinasi wisata unggulan, khususnya dalam olahraga surfing. Media sosial Instagram juga memungkinkan komunikasi dua arah, di mana pengguna dapat memberikan umpan balik langsung melalui komentar, likes, atau pesan langsung (direct message).

Selain itu, kehadiran akun ini memberikan platform untuk menampilkan daya tarik alam Batukaras, seperti keindahan pantai, ombak yang ramah untuk surfing, dan pengalaman lokal yang otentik. Dengan pendekatan visual yang kreatif dan strategis, akun ini berhasil memosisikan Batukaras sebagai destinasi wisata yang relevan di era digital. Promosi yang dilakukan oleh @batukaras\_bagus melibatkan kombinasi konten digital dan acara offline. Di ranah digital, akun ini konsisten memposting konten informatif, edukatif, dan promosi yang menarik. Konten tersebut mencakup pemandangan pantai, aktivitas surfing, dan keindahan alam Batukaras. Visual yang

diunggah sering kali dilengkapi dengan caption persuasif, hashtag relevan (#batukarasbagus, #surfingbatukaras), dan tag ke akun lain untuk memperluas jangkauan.

Akun ini juga memanfaatkan video reels sebagai sarana promosi utama. Reels memungkinkan penyebaran konten ke audiens yang lebih luas, bahkan di luar lingkaran pengikut akun tersebut. Konten reels ini sering kali menampilkan aksi surfing, panorama pantai, dan event lokal, yang semuanya dirancang untuk menarik perhatian wisatawan dan meningkatkan minat mereka berkunjung ke Batukaras.

Selain promosi digital, akun ini juga berperan dalam menyelenggarakan acara-acara rutin seperti "Kook Fest." Acara ini dirancang untuk menarik wisatawan dan peselancar dari berbagai penjuru dunia. Kook Fest merupakan kompetisi surfing dengan konsep unik, di mana peserta diharuskan mengenakan kostum menarik. Acara ini tidak hanya mempromosikan Pantai Batukaras tetapi juga mendukung usaha mikro lokal yang terlibat dalam kegiatan tersebut, seperti penjualan suvenir dan makanan. Dengan menggabungkan promosi online dan offline, @batukaras\_bagus mampu menciptakan strategi yang holistik untuk meningkatkan jumlah wisatawan. Konten surfing menjadi fokus utama promosi karena Pantai Batukaras memiliki ombak yang dikenal ideal untuk olahraga ini. Terdapat dua titik surfing utama, yaitu Legok Pari untuk pemula dan Bulak Bendak untuk peselancar berpengalaman. Kondisi alam ini membuat Batukaras menonjol dibandingkan pantai lain di Jawa Barat.

Pengelola akun @batukaras\_bagus menyadari potensi besar dari daya tarik ini. Dengan menampilkan video dan foto aksi surfing, akun ini tidak hanya mempromosikan destinasi tetapi juga menciptakan kesan bahwa Batukaras adalah surga bagi peselancar. Fokus pada surfing juga memberikan kesempatan untuk memperkenalkan bakat lokal, seperti peselancar muda berbakat yang dapat menjadi daya tarik tambahan bagi wisatawan.

Keputusan untuk memilih konten surfing didasarkan pada dua hal utama: potensi besar Pantai Batukaras sebagai destinasi surfing kelas dunia dan daya tarik olahraga ini bagi segmen wisatawan muda, baik domestik maupun internasional. Surfing dianggap sebagai aktivitas yang mampu meningkatkan citra Pantai Batukaras sebagai destinasi wisata aktif dan dinamis, sekaligus memberikan nilai ekonomi bagi komunitas lokal.

### **Ucapan Terimakasih**

Terima kasih kepada Dosen Pembimbing dan para petinggi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung yang telah membantu membimbing dalam penulisan ini.

### **Daftar Pustaka**

- Ahmadi, R. (2016). Metodologi Penelitian Kualitatif. Ar-Ruzz Media.
- Alfiyandi. (2016). Analisis Bauran Promosi (Promotion Mix) Produk Multilinked Syariah Pada Asuransi. 2(1), 54–65. [www.swa.co.id](http://www.swa.co.id)
- Andriansyah, I., & Maharani, A. (2021). Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing. CV. Cendekial Press.
- Alamsyah Nusantara Azis, & Sofyan, A. (2021). Hubungan antara Daya Tarik Iklan Instagram Nah Project dengan Keputusan Pembelian Konsumen. Jurnal Riset Manajemen Komunikasi, 1(1), 17–22. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v1i1.65>
- Anggraeni, D., & Ahmadi, D. (2022). The use Instagram with brand awareness: The correlation between the followers of @halalpediaofficial with building brand awareness. Bandung Conference Series: Public Relations, 2(2). <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i2.3543>

- Bapedal Jabar. (2017). *Rencana Besar Pengembangan Destinasi Wisata Kelas Dunia Provinsi Jawa Barat*. Bandung: Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Provinsi Jawa Barat.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2017). *Metode penelitian bisnis*.
- Fatchudin, M. A., & Santoso, A. B. (2022). Analisis Kesesuaian dan Dayal Dukung Kawasan Wisata Pantail Marinal Kecamatan Semarang Barat Kota Semarang. *Geol Imagemel (Spatial-Ecological-Regional)*, 11(2), 189–197. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/geoimage/article/view/59171>
- Fajjar Maullana Gustria, & Dedeh Fardiah. (2024). Hubungan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi Koswara Koffie dengan Minat Beli Konsumen Followers-nya. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 4(2), 825–832. <https://doi.org/10.29313/bcscm.v4i2.15246>
- Fathiya Khansa Nur Athifah, & Sophia Novita. (2024). Strategi Humas Jawa Barat dalam Membangun Citra Melalui Konten Instagram. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi (JRMK)*, 4(1).
- Joni, N., & Arief, E. (2019). *Jurnal Antropologi: Isu-Isu Sosial Budaya* |. 01, 39–47.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif disertail contoh praktis Skripsi, Tesis, dan Disertail Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Prenadamedial Group.
- Khairunnisa, A., & Ahmadi, D. (2022). Strategi Marketing Public Relations Daily Folks Coffee melalui Media Sosial Instagram. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(2). <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i2.2973>
- Tinezia Alvi Putri, & Wirda Yulita Putri. (2022). Strategi Pemanfaatan Instagram @Mami.Sneakers Untuk Menciptakan Brand Awareness Bagi Generasi Z. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 63–74. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v2i2.1078>
- Marsono. (2016). *Dampak Pariwisata Religil Kawasan Masjid Sunan Kudus Terhadap Ekonomi, Lingkungan, Dan Sosial Budaya*. Gajah Madal University Press.
- Matthew B. Miles & A. Michael Huberman. (2014). *Analisis Data Kualitatif*. Universitas Indonesia Press.