



## Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Dalam Meningkatkan Pengunjung Di UPT Rembangan

Maulidatul Hasanah<sup>1</sup>, Muhammad Haris<sup>2</sup>, Deni Putra Afandi<sup>3</sup>, Nur Ika Mauliyah<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Ekonomi Syariah, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

<sup>1\*</sup>[nurikamauliyah@gmail.com](mailto:nurikamauliyah@gmail.com)

Info Artikel	Abstrak
<p><b>Masuk:</b> 15 Februari 2024</p> <p><b>Diterima:</b> 20 Februari 2024</p> <p><b>Diterbitkan:</b> 29 Februari 2024</p> <p><b>Kata Kunci:</b> Pariwisata, Media Sosial, Promosi</p>	<p>Pariwisata telah menjadi fokus utama pembangunan di Indonesia sejak lama, sebagaimana tercermin dalam instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 9 tahun 1969. Pengembangan pariwisata dianggap sebagai bagian integral dari upaya pengembangan, pembangunan, dan kesejahteraan masyarakat serta negara. Pemanfaatan social media Instagram bisa dibidang sarana yang cukup efisien dalam mempromosikan pariwisata. Oleh karena itu dalam memperkenalkan wisata puncak rembangan terhadap pengunjung yang masih awam melalui postingan Instagram. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk menerapkan pemanfaatan media social Instagram dalam memperkenalkan wisata puncak rembangan terhadap wisatawan yang ada dikota jember. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik observasi partisipan untuk mengumpulkan data terkait pemanfaatan perkembangan digitalisasi dalam promosi pariwisata, khususnya di destinasi wisata Puncak Rembangan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa promosi melalui media sosial khususnya isntagram telah berhasil meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung ke Puncak Rembangan. Adanya promosi yang diadakan, serta acara live music pada event tertentu, telah menarik perhatian pengunjung dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dari waktu ke waktu.</p>

### PENDAHULUAN

Pariwisata menjadi fokus utama pembangunan di Indonesia, sebagaimana tergambar dalam intruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 9 tahun 1969, khususnya pada Bab 2 Pasal 3, Dalam pasal tersebut dijelaskan bahwa pengembangan pariwisata di Indonesia dianggap sebagai pengembangan industri pariwisata yang merupakan bagian integral dari Upaya pengembangan Pembangunan serta kesejahteraan Masyarakat dan negara (Warmayana, 2018, p. 84). Pariwisata menjadi salah satu potensi ekonomi masyarakat, bertujuan meningkatkan kesejahteraan dan perkembangan daerah. Fenomena ini merupakan respons zaman, dipicu oleh kebutuhan, kesadaran akan keindahan alam, kesenangan, serta pertumbuhan interaksi antarbangsa dan berbagai kelas masyarakat, hasil perkembangan perniagaan, industri, dan perdagangan (Gita Puspasari, 2023, p. 4).

Saat ini pariwisata seakan sudah menjadi kebutuhan bagi seluruh lapisan masyarakat, tidak hanya bagi suatu kelompok tertentu saja, sehingga dalam penanganannya harus mendapat perhatian serius utamanya dalam hal promosi pada tempat wisata. Diadakannya promosi wisata ini dengan tujuan membuat masyarakat lebih mengenal dan mendorong calon wisatawan untuk berkunjung dan menikmati tempat wisata. Adapun promosi yang efektif untuk dilakukan pada masa ini yaitu dengan memanfaatkan perkembangan digitalisasi sebagai media promosi utamanya pemanfaatan sosial media.

Berbagai upaya telah dilakukan untuk mempromosikan pariwisata, termasuk melalui media televisi, radio, iklan, brosur, pameran, dan yang terbaru melalui media sosial. Berbeda dengan metode konvensional yang sudah lama digunakan, promosi melalui media sosial masih tergolong baru namun menarik untuk diterapkan bagi oelaku industry pariwisata. Terlihat dari keberadaan akun media sosial khusus pariwisata di berbagai daerah, sejalan dengan potensi besar media sosial yang dibuktikan oleh 129,2 juta pengguna di Indonesia pada 2016 (APJII). Dengan jumlah pengguna media sosial yang signifikan, potensi untuk mempromosikan pariwisata melalui platform ini sangat besar (Romadhan & Rusmana, 2017).

Oleh karena itu, sudah banyak tempat wisata yang ada di Indonesia yang memanfaatkan perkembangan digitalisasi dalam bentuk media sosial sebagai media promosi salah satunya yaitu pariwisata yang ada di kota Jember

yang telah memanfaatkan media sosial ini untuk digunakan sebagai sarana promosi tempat wisata yang mereka kelola seperti dengan menggunakan Instagram, facebook, tik tok, youtube dan lain sebagainya. Selain itu, pariwisata kini menjadi kebutuhan hidup, memungkinkan orang berkumpul bersama keluarga, teman, atau saudara, meluangkan waktu dengan lebih baik, dan memberikan kesempatan untuk memperluas pengetahuan anak-anak, menggali keunikan destinasi wisata, serta sebagai cara untuk melepaskan kepenatan dari rutinitas pekerjaan (Gita Puspari, 2023, p. 4).

Selain pemanfaatan media sosial dalam memperkenalkan tempat wisatanya, wisata puncak rembangan juga memanfaatkan *live music*. Music itu sendiri adalah suatu aktivitas sosial yang sangat kompleks yang dapat mempengaruhi suasana hati dari para pendengarnya karena musik itu sendiri bisa memicu atau menarik daya tarik pengunjung. Oleh karena itu wisata Rembangan memanfaatkan *live music* sebagai strategi dalam mempromosikan wisatanya. Wisata puncak rembangan merupakan salah satu daerah tujuan wisata di Jember. Wisata ini, terletak di Desa Kemuning Lor, Kecamatan Arjasa, sekitar 15 km ke utara Kota Jember, dan terletak di puncak bukit, kira-kira 600 meter di atas permukaan laut dan berada di lereng Gunung Argopuro. Obyek wisata Puncak Rembangan merupakan pariwisata yang diharapkan untuk meningkatkan citra pariwisata Jember sebagai destinasi yang berkelas nasional yang menawarkan panorama alam dan udara segar, menjadikannya destinasi ideal untuk menikmati udara pegunungan dan pemandangan Kota Jember dari ketinggian (Sunarto et al., 2022).

Hotel Rembangan dibangun pada tahun 1937 sebelum kemerdekaan Indonesia oleh Mr. Hofside, pada saat itu Rembangan sendiri dikelola oleh pemerintahan Belanda sebagai tempat istirahat bagi colonial Belanda juga tempat sebagai pertemuan antara petinggi-petinggi Belanda, tempat ini berguna juga untuk camp atau markas bagi colonial setelah melakukan aktivitas kontrol kebun dan hutan di daerah rembangan. Adapun tahun dimana Indonesia sudah berhasil merdeka pada tahun 1945, Indonesia kembali merebut apa yang menjadi hak milik Indonesia salah satunya adalah rembangan, kemudian rembangan dikelola oleh pemerintah Indonesia sebagai destinasi wisata peninggalan sejarah Belanda. Pada tahun yang sama setelah kemerdekaan, rembangan menjadi icon destinasi yang pernah dikunjungi oleh bapak presiden pertama Indonesia Ir. Soekarno, dan setelahnya Rembangan mengalami banyak perkembangan yang signifikan terkait tentang pembangunan yang menjadi tempat istirahat masyarakat umum (Reza Arga, 2024)

Daya tarik utama wisata puncak Rembangan meliputi panorama alam dan pemandangan Kota Jember dari ketinggian, pemandian, hotel dan juga camping ground. Fasilitas yang tersedia meliputi restoran, *children playground*, *jogging track*, gazebo, dan aula. Sementara itu, kontur berbukit-bukit kawasan Rembangan juga menjadi tempat ideal bagi penggemar olah raga sepeda downhill. Dengan demikian wisata ini cocok untuk digunakan sebagai sarana berlibur bagi semua kalangan.

## METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, dimana metode ini menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis maupun lisan. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah membuat deskripsi, gambaran secara sistematis, serta menghasilkan pengetahuan yang dapat di gunakan dalam mendeskripsikan tentang suatu gejala atau fenomena yang terjadi di lapangan (Iqbal Hasan, 2006, p. 5).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik observasi partisipan, dimana peneliti melakukan pengabdian secara langsung pada wisata puncak rembangan yang merupakan tempat yang menjadi objek penelitian. Hal ini dilakukan dengan tujuan menggali informasi dari para informan juga untuk memperoleh data-data yang terkait dengan penelitian. Data yang di gali peneliti dari para informan ini adalah untuk membuktikan secara langsung tentang data pemanfaatan perkembangan digitalisasi yang digunakan sebagai media untuk meningkatkan minat para wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam suatu usaha, promosi sangatlah penting dan di butuhkan. Terutama pada era digital seperti saat ini, dimana untuk melakukan sebuah promosi usaha sangatlah mudah dilakukan, salah satunya dengan memanfaatkan media sosial. Pemanfaatan perkembangan digital sebagai promosi di destinasi wisata puncak Rembangan bisa terbilang cukup baik, karna jumlah pengunjung wisata dari waktu ke waktu semakin bertambah. Penggunaan media promosi secara langsung seperti pengadaan *live music* dan promosi secara tidak langsung seperti pemanfaatan media sosial berhasil menarik minat wisatawan, disamping itu keindahan alam juga menjadi penunjang ketertarikan minat wisatawan untuk berkunjung. Berikut data kunjungan wisatawan puncak rembangan selama tahun 2023:

Tabel.1 Data Pengunjung Tahun 2023

Bulan	Wisatawan
Januari	6.989
Februari	3.175
Maret	2.941
April	5.404
Mei	5.334
Juni	6.403
Juli	6.035
Agustus	3.696
September	4.498
Oktober	5.282
November	4.418
Desember	9.327
<b>Jumlah</b>	<b>63.502</b>

Sumber: Buku Data Kunjungan Wisatawan Puncak Rembangan Tahun 2023

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa pengunjung obyek wisata puncak rembangan mengalami peningkatan kunjungan dari bulan januari sampai bulan desember tahun 2023. Hal tersebut terjadi karna dari awal tahun 2023 wisata puncak Rembangan sudah mulai memanfaatkan perkembangan digital sebagai media promosi, yang memungkinkan wisatawan nusantara maupun mancanegara dapat mengetahui bahkan mengenal destinasi wisata ini sehingga menarik minat mereka untuk berkunjung. Media digital yang berupa media sosial banyak di manfaatkan oleh para pelaku usaha dalam kegiatan bisnis yang dijalankannya. Adapun media sosial yang banyak di gunakan oleh para pelaku usaha yaitu Instagram, Facebook dan WhatsApp (Purwatiningsih & Pamungkas, 2022).

Adapun kegiatan promosi yang dilakukan oleh wisata puncak Rembangan salah satunya yaitu dengan update status kegiatan-kegiatan acara yang di adakan di destinasi wisata, seperti halnya pengadaan *live music* saat *event* tertentu. Update status ini dilakukan dengan menggunakan Instagram dan wisata ini menggunakan aplikasi WhatsApp sebagai media chat dan pemesanan karena dua aplikasi ini merupakan aplikasi yang banyak di gunakan oleh masyarakat. Dengan demikian, hal ini dapat memberikan peluang besar kepada wisata Rembangan untuk meningkatkan jumlah pengunjungnya.

Selain itu wisata puncak Rembangan mempunyai cara lain untuk menarik pengunjung yaitu bagi setiap pembelian 2 tiket masuk mendapatkan *free welcome drink* dan *snack* pada bulan februari 2024 mulai dari jam 17.00-22.00 . Promosi ini juga dilakukan dengan cara yang sama, yaitu dengan membuat pamflet yang nantinya di unggah pada aplikasi Instagram. Berikut salah satu dokumentasi yang di ambil dari pengunggahan pamflet pada aplikasi Instagram @pesonarembangan



Gambar 1. Pamflet Promosi

Dengan adanya pamflet tersebut wisatawan dapat mengetahui adanya promosi yang diadakan sehingga mereka tertarik untuk berkunjung di puncak rembangan. Selain itu wisatawan juga disuguhi *live music* yang diadakan saat event tertentu salah satu contoh dari event tersebut yaitu pada saat tahun baru, puncak wisata rembangan mengadakan acara *live music* yang dihadiri atau diisi oleh "JIWA MUDA" pada event tersebut. Sedikit informasi, band jiwa muda adalah band lokal asal jember yang cukup terkenal dikalangan anak muda sekarang. Dengan adanya *live music* dapat meningkatkan jumlah pengunjung lebih banyak dari biasanya. Disela-sela acara vokalis atau mc tersebut mempromosikan kepada para wisatawan terkait media social yang dimiliki oleh puncak rembangan berupa instagram dan media sosial lainnya. Hal itu membuktikan bahwa *live music* juga dapat mempengaruhi minat pengunjung untuk datang dan menikmati pesona puncak rembangan yang dapat dinikmati semua kalangan. Berikut salah satu dokumentasi pada event tertentu dan pamflet yang di unggah di Instagram @pesonarembangan :



Gambar 2. Pamflet Dan Event Music Corner

KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil pengabdian kepada tempat penelitian yaitu mengenai pariwisata telah menjadi fokus utama pembangunan di Indonesia sejak lama, seperti yang tergambar dalam mandat Presiden Republik Indonesia Nomor 9 tahun 1969, yang menganggap pengembangan pariwisata sebagai bagian integral dari upaya pengembangan,

pembangunan, serta kesejahteraan masyarakat dan negara. Pariwisata di Indonesia dianggap sebagai salah satu potensi ekonomi masyarakat, yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan dan perkembangan daerah. Perkembangan teknologi digital, terutama media sosial, telah menjadi salah satu alat utama dalam promosi pariwisata. Penggunaan media sosial sebagai sarana promosi telah menjadi metode yang efektif dan efisien untuk menjangkau calon wisatawan. Puncak Rembangan, sebagai destinasi wisata di Jember, telah memanfaatkan media sosial, seperti Instagram dan WhatsApp, untuk mempromosikan berbagai kegiatan dan promosi spesial kepada pengunjung potensial.

Selain media sosial, wisata Puncak Rembangan juga memanfaatkan *live music* sebagai daya tarik tambahan bagi pengunjung. Musik telah terbukti dapat mempengaruhi suasana hati pengunjung dan menarik minat mereka untuk berkunjung. Melalui berbagai upaya promosi, termasuk penggunaan media sosial dan *live music*, Puncak Rembangan berhasil meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dari waktu ke waktu, membuktikan keberhasilan strategi promosi yang digunakan.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Berikut penulis mengucapkan banyak terimakasih pada:

1. Dr. WILDANI HEFNI, M.A. Sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
2. Dr. H. UBAIDILLAH, M.Ag Sebagai Dekan Fakultas Ekonomom dan Bisnis Islam
3. Ibu Sofiah, S.Th.I, M.E. Sebagai Ka.Prodi Ekonomi Syariah
4. Ibu Dr. Nur Ika Mauliyah, SE., M.Ak. Sebagai Dosen Pembimbing Lapangan.
5. Bapak Bambang Rudianto, S. SOS Sebagai Pimpinan Kepala Dinas Kebudayaan Kabupaten Jember.
6. Ibu Betty Wulandari S.H. Sebagai Dosen Pamong.
7. Ibu Farah Azmi S.E., M.Ak Sebagai Kepala UPT Rembangan Dan UPT Kebun Agung.
8. Bapak dan Ibu Karyawan Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Jember, UPT Rembangan Dan UPT Kebun Agung.
9. Teman-teman mahasiswa dan seluruh pihak yang terlibat yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

### DAFTAR PUSTAKA

- Gita Puspasari. (2023). *Instagram dan Minat Pengunjung (studi korelasional akun instagram sebagai media promosi dalam meningkatkan minat pengunjung wisata central park zoo dan resort)*. Universitas Medan Area.
- Iqbal Hasan. (2006). *Analisis Data Penelitian Statistic*. PT Bumi Aksara.
- Purwatiningsih, A. P., & Pamungkas, I. D. (2022). *Pemanfaatan Pemasaran Digital Melalui Penggunaan Media Sosial Pada Usaha Catering Pedesaan*. Universitas HKBP Nommensen.
- Romadhan, M. I., & Rusmana, D. S. A. (2017). Potensi Media Sosial Sebagai Sarana Media Promosi Pariwisata Berbasis Partisipasi Masyarakat. *Prosiding Seminar*, 85–90. <https://core.ac.uk/download/pdf/229669045.pdf>
- Sunarto, I., Saputra, D., & Haya, A. F. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Wisata Puncak Rembangan Remuning Lor Arjasa Kabupaten Jember. *Prosiding SEMINALU 2023 Pendetang, Aziz*, 347–352.
- Warmayana, I. G. A. K. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Promosi Pariwisata pada Era Industri 4.0. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 3(2), 81. <https://doi.org/10.25078/pba.v3i2.649>