

BAB II

GAMBARAN UMUM

Gambaran umum penelitian berisi tentang informasi dari obyek dan subyek penelitian. Tujuan dari bab ini adalah untuk memberikan gambaran mengenai penelitian yaitu segala sesuatu yang berhubungan peran media sosial Instagram @nepal_van_java dalam meningkatkan jumlah pengujung. Gambaran umum mengenai obyek dan subyek penelitian dituliskan dalam bab ini, yaitu sebagai berikut :

A. Sejarah Singkat Nepal Van Java

Gambar 5 Logo Dusun Butuh, Nepal Van Java



Sumber : Data Pengelola Nepal Van Java

Dusun Butuh merupakan sebuah dusun yang terletak di ujung barat Kabupaten Magelang, berada pada ketinggian 1.750 meter di atas permukaan laut (mdpl). Dusun ini terletak di Desa Temanggung, Kecamatan Kaliangkrik, Kabupaten Magelang, Provinsi Jawa Tengah. Dusun Butuh dikenal sebagai perkampungan tertinggi di Kabupaten Magelang, dengan tata ruang alami yang khas, di mana posisi perumahan berjajar rapi menghadap ke selatan lereng

Gunung Sumbing.

Sejarah singkat asal muasal Dusun Butuh adalah pada masa penjajahan Belanda waktu itu moyang atau leluhur yang berasal dari wilayah Yogyakarta karena dikejar penjajah terus melarikan diri dan menetap di sebuah wilayah hutan waktu itu (Brajan) berada diantara Desa Temanggung dan Dusun Butuh sekarang ini, dikarenakan tidak adanya sumber air yang dekat untuk bertahan hidup maka mencari sebuah tempat yang lebih atas lagi di lereng Gunung Sumbing dan tepatnya berada di wilayah Dusun Butuh sekarang ini. Dapat diambil kesimpulan bahwa pada waktu itu leluhur kami mem”butuh”kan air untuk bertahan dan menyambung hidup maka kenapa bisa dinamakan Dusun Butuh.

Seiring berjalannya waktu, Dusun Butuh ini telah berproses kurang lebih 3 tahun sejak tahun 2017 berkonsep sebagai desa wisata. Pada tahun 2019 tepatnya pada bulan Juli, seorang pendaki bernama Wildan berasal dari Kudus yang sekaligus sebagai jurnalis Metro TV mempunyai sebuah acara yang bernama *Journey Metro TV*. Beliau beranggapan bahwa Dusun Butuh ini seperti Nepal yang berada di Pegunungan Himayala, karena karena letak desa wisata ini yang berada di lereng Gunung Sumbing, dan rumah-rumah penduduknya terlihat bertumpuk khas perumahan di negeri Nepal. Pada saat mengunjungi Dusun Butuh, beliau meliput dalam bentuk foto dan video yang direkam menggunakan *drone* yang kemudian diunggah di media sosial. Semejak video-video *drone* beredar di media sosial julukan Nepal Van Java

tersebut muncul.

Di masa pandemi Covid-19, Nepal Van Java ini sangat diuntungkan. Di era *New Normal* tepatnya pada tanggal 15 Juli 2020, jalur pendakian Gunung Sumbing via Dusun Butuh resmi dibuka. Seminggu setelah pembukaan jalur pendakian, masyarakat mulai mendatangi Dusun Butuh untuk melihat secara langsung yang dijuluki dengan “Nepal Van Java”. Pembukaan wisata ini pada masa pandemi Covid-19 juga telah memiliki izin dari Bupati Kabupaten Magelang.

Gambar 6 Surat Izin Penyelenggaraan Kegiatan



Sumber: Data Pengelola Nepal Van Java

Biaya masuk objek wisata ini dikenakan tarif karcis sebesar Rp. 10.000. Fasilitas pendukung yang terdapat di Nepal Van Java yaitu parkir yang luas,

spot foto, ojek, tempat ibadah, kamar mandi, penginapan, *cafe*, dan warung maakan. Akan tetapi dari awal berdirinya Nepal Van Java untuk masuk hanya dikenakan tarif parkir saja. Pengunjung yang datang akan diberi sebuah stiker dimana fungsi dari stiker tersebut sebagai bukti parkir dan sebagai alat promosi secara langsung. Seiring berjalannya waktu pengelola masih akan terus mengembangkan fasilitas - fasilitas mulai dari penambahan spot foto, icon Nepal Van Java, kamar mandi, dan lain-lain.

Tabel 2 Jumlah Pengunjung Agustus 2020 - Juni 2021

No.	Bulan dan Tahun	Jumlah Pengunjung
1.	Agu-20	20.418
2.	Sep-20	30.042
3.	Okt-20	19.405
4.	Nov-20	29.855
5.	Des-20	27.824
6.	Jan-21	19.127
7.	Feb-21	8.599
8.	Mar-21	12.239
9.	Apr-21	10.718
10.	Mei-21	14.099
11.	Jun-21	14.024

Sumber : pengelola

Nepal Van Java adalah destinasi wisata yang terletak di lereng Gunung Sumbing dan merupakan bagian dari Desa Wisata Kelas Dunia. Destinasi ini menarik perhatian wisatawan domestik dan mancanegara. Konsep Desa Wisata saat ini dipromosikan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf/Baparekraf), dengan fokus pada pengembangan potensi wisata dan ekonomi kreatif di berbagai desa di Indonesia. Nepal Van Java merupakan salah satu desa yang mendapatkan bimbingan dari Kemenparekraf. Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Bapak Sandiaga Uno, mengunjungi Nepal Van Java pada 2 April 2021. Hal ini dibuktikan dengan pemberian piagam penghargaan oleh Bapak Saniaga Uno.

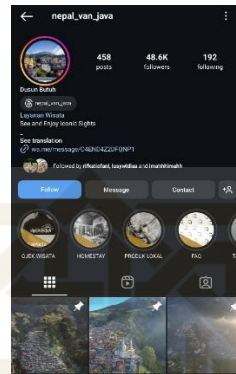
Gambar 7 Piagam Penghargaan



Sumber: Data Pengelola Nepal Van Java

A. Instagram @nepal_van_java

Gambar 8 Tampilan Instagram Akun @nepal_van_java



Sumber : Dokumen Pribadi diakses pada tanggal 20 Agustus 2024

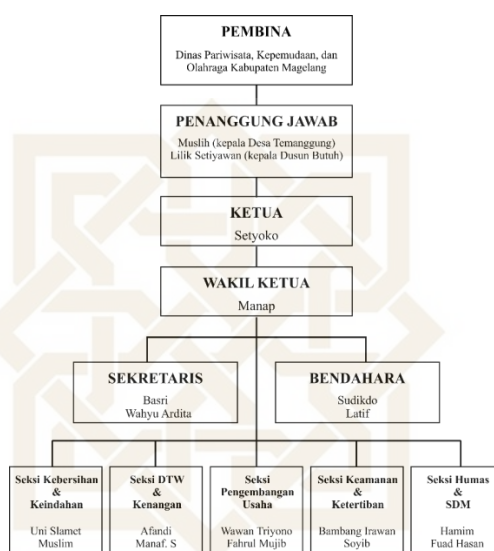
Di zaman modern ini, keberadaan media sosial sudah tidak bisa dilepaskan lagi dari gaya hidup masyarakat dunia termasuk Indonesia. Salah satu media sosial yang sedang digandrungi saat ini adalah Instagram. Melalui Instagram, penggunaannya bisa saling berbagi foto dan video kepada orang lain. Akun media sosial instagram @nepal_van_java baru dibuat pada bulan Juni 2020, dan unggahan pertama diunggah pada 29 Juli 2020.

B. Visi dan Misi

Masih ada satu harapan atau cita-cita masyarakat Dusun Butuh dengan semua potensi utama serta pendukung yang belum tercapai, yaitu keinginan untuk menjadi sebuah Desa mandiri atau membentuk sebuah Desa sendiri dengan tujuan terwujudnya masyarakat Dusun Butuh yang lebih maju, sejahtera gemah ripah lohjinawi.

C. Struktur Organisasi

Gambar 9 Struktur Pengelola Nepal Van Java



Sumber : Data Pengelola Nepal Van Java

D. Kegiatan dalam Promosi

1. Kunjungan Kemenparekraf RI

Nepal van Java, sebagai tempat wisata lokal bisa menjadi tujuan wisata masyarakat karena akan tetap dibuka guna mendukung pemulihan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif (parekraf). Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf/Baparekraf) melakukan kunjungan guna menggaungkan konsep desa wisata. Kunjungan ini dilakukan oleh Bapak Saniaga Uno yang menyempatkan untuk menginap semalam di Nepal Van Java.

Gambar 10 Kunjungan Sandiaga Uno ke Nepal Van Java



Sumber : travel.kompas.com

2. Nippon Paint melakukan pengecatan di Nepal Van Java

Nippon Paint turut berpartisipasi dalam pengecatan rumah-rumah warga Dusun Butuh di Magelang. Nippon Paint melihat potensi besar Dusun Butuh, Kaliangkrik menjadi destinasi wisata yang digandrungi oleh wisatawan. Dengan bantuan cat Nippon Paint tersebut rupanya memberikan dampak Nepal van Java semakin berwarna dan populer.

Nippon Paint percaya bahwa warna cat dinding rumah dapat memberikan kekuatan untuk mengubah suasana Dusun Butuh Kaliangkrik dan mendorong wisatawan menelusuri Nepal van Java. Nippon Paint berharap pengecatan ini dapat meremajakan penampakan Dusun Butuh, Kaliangkrik dan menarik lebih banyak wisatawan untuk berkunjung dan meningkatkan perekonomian warga Nepal van Java. Pada kegiatan CSR ini,

Nippon Paint melibatkan karyawannya turun langsung bersama warga Desa Butuh, untuk melakukan pengecatan dengan durasi 336 jam pengerjaan.

Gambar 11 Kegiatan CSR Nippon Paint



Sumber : jpnn.com

3. *Tour De Borobudur XXI 2021*

Sebanyak 100 pesepeda Bank Jateng Tour De Borobudur XXI 2021 melakukan seri ke-2 dengan rute yang berakhir di Dusun Butuh atau yang lebih dikenal dengan Nepal Van Java. Kegiatan ini juga diikuti oleh Gubernur Jawa Tengah yaitu Ganjar Pranowo beserta isterinya. Lomba ini dimulai dari kawasan Candi Borobudur, peserta menempuh rute sejauh 35 km.

Gambar 12 Kegiatan Tour De Borobudur XXI 2021



Sumber : Akun Instagram @atikoh.s

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB III

PEMBAHASAN

Penelitian ini berfokus pada Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Desa Wisata, dengan objek studi Nepal Van Java yang terletak di Dusun Butuh, Temanggung, Kaliangkrik, Magelang, Jawa Tengah. Data yang dipaparkan dalam penelitian ini telah melalui proses pengolahan dan penyesuaian dengan kerangka pemikiran yang telah ditetapkan. Peneliti bertujuan untuk menjawab rumusan masalah melalui temuan data yang dikumpulkan menggunakan berbagai metode, yaitu wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, guna menggali informasi secara rinci mengenai peran media sosial Instagram dalam meningkatkan jumlah pengunjung.

A. Konten Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Wisatawan

Instagram telah berkembang menjadi platform yang tidak hanya populer untuk akun pribadi, tetapi juga sangat efektif digunakan oleh *brand* atau perusahaan sebagai alat promosi. Akun Instagram seperti @nepal_van_java memanfaatkan platform ini sebagai bagian dari strategi promosi mereka. Instagram memungkinkan perusahaan untuk membagikan berbagai jenis konten yang informatif dan menarik, dengan tujuan meningkatkan kualitas interaksi dan daya tarik terhadap audiens.

Namun, banyak perusahaan menghadapi tantangan dalam memanfaatkan Instagram secara maksimal. Beberapa di antaranya bahkan berhenti menggunakan platform ini karena kurangnya ide atau usaha dalam

memposting secara konsisten. Selain itu, keterbatasan jangkauan dan kurangnya pemahaman tentang cara mengoptimalkan penggunaan Instagram sebagai alat promosi juga menjadi kendala.

Konten di Instagram, yang dapat berupa unggahan gambar atau video, tetap menjadi elemen utama dalam menarik perhatian pengguna. Konten yang efektif adalah konten yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga informatif dan relevan dengan audiens target. Oleh karena itu, keberhasilan promosi di Instagram sangat bergantung pada kualitas dan konsistensi konten yang diunggah.. Dengan konten yang menarik, kita bisa membuat follower tertarik dan ingin mengakses kembali akun Instagram suatu *brand* dengan kehadiran unggahan-unggahan yang menarik di dalam akun Instagram suatu *brand*. Unggahan gambar maupun video di dalam Instagram selalu diletakkan diatas *caption* agar *followers* tertarik dengan melihat unggahan kemudian membaca *caption* yang ada. Konten menjadi salah satu hal utama dalam media sosial Instagram terutama dalam strategi promosi. Strategi promosi yang dilakukan salah satunya untuk menunjang pertumbuhan perekonomian. Konten Instagram menjadi pertimbangan untuk menarik pengunjung seperti yang diungkapkan oleh pengelola objek wisata Nepal Van Java pada penelitian yang dilakukan.

“Kalau sekarang sih kita masih tetap mempertahankan untuk pakai Instagram ya mbak walaupun keadaan *Covid* kayak gini, soalnya ya tau sendiri gimana pengaruhnya Instagram untuk media promosi. Apalagi, sekali kita bikin konten pasti langsung melesat ya mbak jangkauannya, kalau menurut saya sih buat konten di Instagram sangat penting sih mbak. Untuk sekarang sih kebanyakan konten kita video pake drone itu mbak.” (Pak

Setyoko pengelola Desa Wisata Nepal Van Java. Pada tanggal 15 Maret 2022).

Saat ini Instagram merupakan salah satu media yang digunakan dalam mempromosikan objek wisata Nepal Van Java. Media sosial selain Instagram dinilai kurang efektif, karena Instagram menjadi satu-satunya media sosial paling diminati untuk digunakan dalam mempromosikan Nepal Van Java. Sama halnya yang diungkapkan oleh admin Instagram pada penelitian yang dilakukan.

Konten Instagram juga menjadi wadah tersendiri bagi pengunjung objek wisata Nepal Van Java dalam mendapatkan informasi. Baik dari wisatawan dalam kota maupun luar kota, seperti yang diungkapkan oleh admin Instagram @nepal_van_java.

“Penting banget ya konten mbak. Apalagi kan dengan keadaan Covid seperti ini kan, kasarannya siapa sih yang tau Nepal Van Java atau Dusun Butuh ini.. Ya awalnya palingan kan hanya segelintir orang dan mungkin mereka pahamnya cuma karena salah satu untuk jalur pendakian. Tapi karena ada konten video drone yang mengambil view keseluruhan, jadinya baru pada tau dari Instagram itu.” (Mas Wahyu admin Instagram Wisata Nepal Van Java. Pada tanggal 15 Maret 2022).

Berdasarkan wawancara dengan narasumber, konten dalam sebuah akun resmi objek wisata harus mampu memuat informasi yang diperlukan pengunjung untuk memberikan informasi kepada pengunjung mengenai Nepal Van Java.

Konten-konten yang diunggah dalam Instagram @nepal_van_java merupakan konten-konten yang bisa menjual objek wisata Nepal Van Java

agar lebih dikenal dan diminati banyak pengunjung serta bisa meningkatkan jumlah pengunjung. Konten dalam membangun minat kunjung wisatawan diukur oleh tiga indikator minat berkunjung sebagai berikut :

1. Konten Dalam Meningkatkan Atraksi

Atraksi merupakan daya tarik wisatawan pada suatu objek wisata atau sebuah destinasi. Daya tarik yang diberikan oleh wisata Nepal Van Java kepada calon pengunjung yaitu sebuah keindahan alam dengan pemukiman warga yang berlatar belakang Gunung Sumbing. Daya tarik ini pada umumnya didapatkan lewat informasi yang mereka dapatkan dari teman bahkan saudara melalui mulut ke mulut. Namun tidak sedikit calon pengunjung yang percaya begitu saja dan sulit untuk melakukan tindakan datang ke Nepal Van Java tanpa melalui pembuktian terlebih dahulu dengan melihat konten Instagram untuk membangun ketertarikan calon pengunjung. Seperti yang diungkapkan pengelola pada penelitian yang dilakukan.

“Awalnya kan memang cuma hanya orang sekitar sini mbak yang tau. Mungkin ya lama kelamaan mengajak teman, istilahnya sih dari mulut ke mulut ya mulanya. Tapi mungkin ada juga yang ga percaya jadinya mungkin melihat konten di Instagram dulu baru yakin.” (Pak Setyoko pengelola Wisata Nepal Van Java. Pada tanggal 15 Maret 2022).

Dengan melihat konten Instagram mampu membangun ketertarikan

pengunjung untuk datang berwisata ke Nepal Van Java. Dalam konten Instagram @nepal_van_java para calon pengunjung mendapatkan informasi kebenaran dari informasi yang didapat dari orang lain. Hal tersebut juga diungkapkan oleh admin Instagram @ nepal_van_java sebagai berikut, “....tau sendiri lah ya mbak, sekarang kan apa-apa harus lihat dulu visualnya di Instagram baru pada percaya”. (Mas Wahyu admin Instagram Wisata Nepal Van Java. Pada tanggal 15 Maret 2022).

Dari kalangan anak muda Instagram masih menjadi pembuktian tersendiri mengenai apa yang disuguhkan di wisata Nepal Van Java. Berdasarkan data dari hasil observasi kepada triangulasi sumber memang benar Instagram sebagai alat pembuktian informasi yang didapat dari orang lain, karena kebanyakan orang tidak akan percaya begitu saja melalui omongan akan tetapi melakukan suatu pembuktian terlebih dahulu, yaitu melalui media sosial Instagram. Seperti yang dikatakan oleh pengelola wisata Nepal Van Java,

Ketertarikan pengunjung juga muncul karena adanya unggahan foto maupun video yang menarik, salah satunya melalui konten *repost* dan *tag* yang digunakan pengelola Nepal Van Java yang menjadi strategi utama dalam Instagram sampai saat ini. Seperti yang dikatakan oleh admin instagram @nepal_van_java berikut ini :

“Jujur sih mbak, kita jarang banget bikin konten sendiri *tu*. Kita cuma konten *repost.an* dari yang *tag* gitu mbak. Jadi mereka yang *tag*, kita yang mengapresiasi dalam bentuk

repost.an, Kadang sih *gak* cuma postingan ya mbak, tapi juga di *instastory* kami *repostnya*.” (Mas Wahyu admin Instagram Wisata Nepal Van Java. Pada tanggal 15 Maret 2022).

Konten *repost* dan *tag* merupakan salah satu bentuk fitur yang ada di Instagram, *repost* disini diartikan mengunggah kembali bentuk post dari orang lain bisa berupa *instastory* ataupun lainnya. *Repost* disini bisa dalam bentuk foto maupun video, strategi *repost* dan *tag* dirasa cukup efektif dalam membangun ketertarikan pengunjung Nepal Van Java. Hal tersebut dinilai kurang tepat oleh Alfiana Rahma selaku pengunjung wisata Nepal Van Java.

”Menurut saya ya mbak sebagai pengunjung, *repost* sendiri itu kurang memberikan informasi ya mbak. Jadi mending kalau menurut saya setidaknya ada konten *original* yang buat sendiri gitu biar lebih kelihatan nyata mbak. Kalau di *repost* mending sih untuk membuktikan kalau banyak pengunjung *sih*.” (Alfiana Rahma. Pada tanggal 20 Maret 2022).

Strategi *repost* dinilai kurang efektif, karena *repost* sendiri hanya membuktikan bahwa ada orang yang datang berwisata ke wisata Nepal Van Java dengan kondisi seperti apa yang ada di foto. Nepal Van Java memang menyuguhkan berbagai *spot* foto, akan tetapi masih banyak yang bisa digali dalam pemanfaatannya dari segi konten di Instagram selain menggunakan *repost*.

2. Konten Dalam Menonjolkan Amenitas

Amenitas dalam konteks pariwisata merujuk pada fasilitas dan

layanan yang disediakan untuk kenyamanan dan kemudahan wisatawan. Untuk menarik lebih banyak wisatawan, wisata Nepal Van Java menggunakan konten Instagram yang menonjolkan amenities yang tersedia di wisata Nepal Van Java. Seperti yang diungkapkan oleh pengelola sebagai berikut.

“Di konten kami kan sebenarnya tidak hanya menjual *view* saja ya mbak, tapi kami juga menonjolkan fasilitas-fasilitas tentunya. Kalau dilihat sekarang kan parkirannya juga semakin luas. Lalu kami disini juga menyediakan beberapa penginapan *home stay* milik warga sini mbak. Ada *cafe* juga dan warung-warung milik warga sini” (Pak Setyoko pengelola Wisata Nepal Van Java. Pada tanggal 15 Maret 2022).

Dalam Instagram @nepal_van_java tentunya mengunggah yang benar-benar menjual dan bisa menarik para calon pengunjung untuk mencari informasi terhadap objek wisata tersebut. Salah satunya yang dilakukan oleh pengelola objek wisata Nepal Van Java yaitu dengan mengunggah foto maupun video yang bersangkutan dengan fasilitas-fasilitas yang terdapat pada wisata Nepal Van Java. Hal tersebut juga dibenarkan oleh admin Instagram @nepal_van_java mengatakan bahwa:

“Saya selaku admin kan juga ingin memberikan informasi

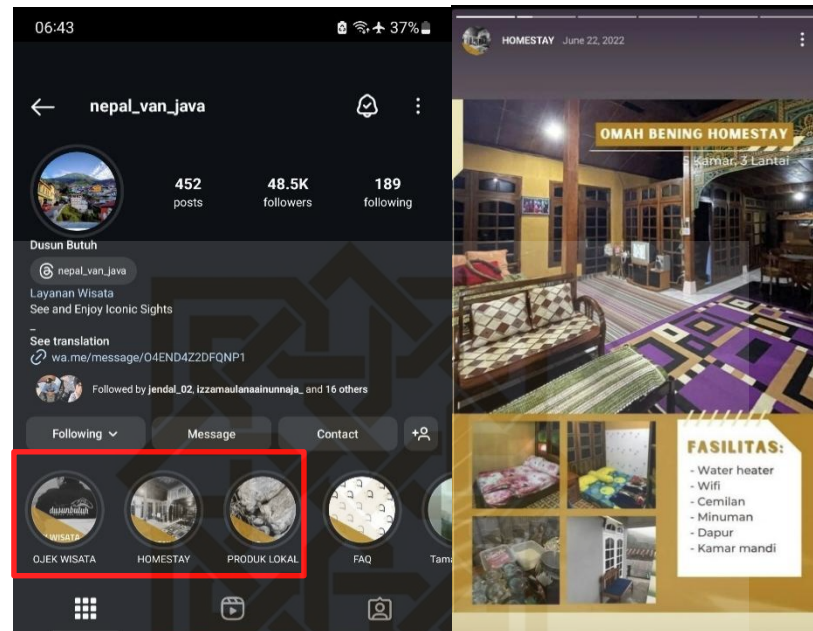
tentang fasilitas sini mbak. Jadinya saya membuat konten foto yang saya sematkan di fitur *highlight* instagram. Misalnya informasi tentang penginapan atau objek wisata saya membuat *highlight* tersendiri mbak.” (Mas Wahyu admin Instagram Wisata Nepal Van Java. Pada tanggal 15 Maret 2022).

Highlights merupakan salah satu bentuk fitur yang ada di Instagram, *highlights* disini merupakan fitur yang digunakan oleh admin Instagram @nepal_van_java untuk menyimpan dan mengelompokkan *stories* di profil mereka, sehingga dapat dilihat oleh calon pengunjung kapan saja. *Highlights* sangat berguna untuk menampilkan informasi penting dan menarik bagi calon pengunjung. Strategi highlight dirasa cukup efektif terutama dalam konteks pariwisata dan amenitas. Seperti yang disampaikan oleh Alfiana Rahma selaku pengunjung wisata Nepal Van Java.

”Menarik ya mbak bagi saya soalnya disini cukup jelas sekali fasilitas-fasilitasnya dan apa lagi dibuat *highlight* seperti yang di instagram itu mbak. Informasi soal fasilitas jelas sekali, menurutku *sih* efektif ya mbak...” (Alfiana Rahma. Pada tanggal 20 Maret 2022).

STATE UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Gambar 13 Highlight Instagram @nepal_van_java



Sumber : akun Instagram @nepal_van_java

Usaha yang dilakukan pengelola untuk membuat *highlights* mengenai informasi amenities merupakan salah satu bentuk usaha agar lebih bisa menarik perhatian para calon pengunjung untuk datang berwisata ke Nepal Van Java. Di dalam *highlight* tersebut terdapat gambar dan video pastinya terdapat deskripsi yang menarik, deskripsi itulah yang menjadi pendukung unggahan gambar dan video dalam memberikan informasi.

3. Konten Dalam Menonjolkan Aksesibilitas

Menonjolkan aksesibilitas dalam konten Instagram bisa menjadi cara efektif untuk menarik perhatian wisatawan, terutama mereka yang memprioritaskan kenyamanan dan kemudahan akses saat bepergian.

Terutama pada kondisi jalan untuk mencapai wisata Nepal Van Java yang diungkapkan oleh pengelolanya.

“..Enak kan mbak sekarang, kalau kesini jalannya dah mulus, udah lebar juga... dulu kan belum seperti ini. Soalnya kami juga mempertimbangkan aksesibilitasnya kesini mbak. Jangan sampai calon pengunjung itu *gak* jadi kesini karna males sama jalannya” (Pak Setyoko pengelola Wisata Nepal Van Java. Pada tanggal 15 Maret 2022).

Aksesibilitas merupakan salah satu hal yang penting bagi para pengelola wisata Nepal Van Java dan bagi para calon pengunjung. Para pihak pengelola wisata Nepal Van Java telah mempertimbangkan akses menuju lokasi. Dengan jalanan menuju ke wisata dapat mempengaruhi ketertarikan bagi para calon pengunjung wisata Nepal Van Java. Seperti yang disampaikan admin Instagram @nepal_van_java.

“Untuk menunjukkan akses kesini, saya biasanya repost konten dari pengunjung yang pernah kesini mbak. Kalau buat konten secara langsung tentang petunjuk arah yang memperlihatkan kondisi jalan belum pernah sih mbak.” (Mas Wahyu admin Instagram Wisata Nepal Van Java. Pada tanggal 15 Maret 2022).

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Gambar 14 Repost postingan pengunjung yang mendokumentasikan perjalanan



Sumber: akun Instagram @nepal_van_java

Konten Instagram @nepal_van_java belum sepenuhnya memberikan informasi tentang petunjuk arah yang memperlihatkan kondisi jalan menuju ke lokasi wisata Nepal Van Java. Pengelola hanya menggunakan fitur *repost* pada postingan pengunjung yang mendokumentasikan perjalanannya menuju ke wisata Nepal Van Java yang menampilkan jalanan aspal yang mulus. Hal tersebut dinilai kurang tepat oleh Alfiana Rahma selaku pengunjung wisata Nepal Van Java.

”Nah itu mbak.. saya tu sebelum kesini mau tau kondisi jalan seperti apa aksesnya tapi kok ya *gak* ada mbak di instagramnya *tu*, adanya *repost* an aja mbak. Jadinya sempet agak ragu juga sih mau kesini awalnya apalagi pas *Covid* kaya gini. Kayak kurang efektif gitu kalau *repostan*, soalnya kan ini info lumayan penting ya soal aksesibilitas” (Alfiana Rahma. Pada tanggal 20 Maret 2022).

4. Konten Dalam Menonjolkan Ketersediaan Informasi

Instagram tidak hanya populer untuk akun personal, tetapi juga sebagai media sosial yang populer untuk digunakan oleh *Brand* atau perusahaan. Seperti akun instagram @nepal_van_java juga menggunakan media sosial instagram sebagai strategi promosi. Banyak instagram perusahaan yang membagikan berbagai jenis konten berisi informasi yang variatif untuk meningkatkan kualitas. Namun banyak juga perusahaan yang kurang maksimal dalam penggunaan instagram sebagai media promosi bahkan juga ada yang berhenti karena kurangnya ide atau usaha untuk memposting dalam setiap harinya, serta keterbatasannya jangkauan yang tidak begitu luas.

Konten merupakan informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik di dunia Instagram, konten masih tetap menjadi hal yang utama. Konten yang di maksud adalah unggahan gambar atau video. Dengan konten yang menarik, kita bisa membuat follower tertarik dan ingin mengakses kembali akun Instagram suatu *brand* dengan kehadiran unggahan-unggahan yang menarik di dalam akun Instagram suatu *brand*. Unggahan gambar maupun video di dalam Instagram selalu diletakkan diatas *caption* agar *followers* tertarik dengan melihat unggahan kemudian membaca *caption* yang ada. Konten menjadi salah satu hal utama dalam media sosial Instagram terutama dalam strategi promosi. Strategi promosi yang dilakukan salah satunya untuk menunjang pertumbuhan perekonomian. Konten

Instagram menjadi pertimbangan untuk menarik pengunjung seperti yang diungkapkan oleh pengelola objek wisata Nepal Van Java pada penelitian yang dilakukan.

“Kalau sekarang sih kita masih tetap mempertahankan untuk pakai Instagram ya mbak walaupun keadaan *Covid* kayak gini, soalnya ya tau sendiri gimana pengaruhnya Instagram untuk media promosi. Apalagi, sekali kita bikin konten pasti langsung melesat ya mbak jangkauannya, kalau menurut saya sih buat konten di Instagram sangat penting sih mbak. Untuk sekarang sih kebanyakan konten kita video pake drone itu mbak.” (Pak Setyoko pengelola Desa Wisata Nepal Van Java. Pada tanggal 15 Maret 2022).

Saat ini Instagram merupakan salah satu media yang digunakan dalam mempromosikan objek wisata Nepal Van Java. Media sosial selain Instagram dinilai kurang efektif, karena Instagram menjadi satu-satunya media sosial paling diminati untuk digunakan dalam mempromosikan Nepal Van Java. Sama halnya yang diungkapkan oleh admin Instagram pada penelitian yang dilakukan.

Konten Instagram juga menjadi wadah tersendiri bagi pengunjung objek wisata Nepal Van Java dalam mendapatkan informasi. Baik dari wisatawan dalam kota maupun luar kota, seperti yang diungkapkan oleh admin Instagram @nepal_van_java.

“Penting banget ya konten mbak. Apalagi kan dengan keadaan *Covid* seperti ini kan, kasarannya siapa sih yang tau Nepal Van Java atau Dusun Butuh ini.. Ya awalnya palingan kan hanya segelintir orang dan mungkin mereka pahamnya cuma karena salah satu untuk jalur pendakian. Tapi karena ada konten video drone yang mengambil view keseluruhan, jadinya baru pada tau dari Instagram itu.” (Mas Wahyu admin Instagram Wisata Nepal Van Java. Pada tanggal 15 Maret 2022).

Berdasarkan wawancara dengan narasumber, konten dalam sebuah akun resmi objek wisata harus mampu memuat informasi yang diperlukan pengunjung untuk memberikan informasi kepada pengunjung mengenai Nepal Van Java. Konten-konten yang diunggah dalam Instagram @nepal_van_java merupakan konten-konten yang bisa menjual objek wisata Nepal Van Java agar lebih dikenal dan diminati banyak pengunjung serta bisa meningkatkan jumlah pengunjung.

B. Konsisten Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Wisatawan

Konsistensi adalah strategi yang telah lama digunakan dalam dunia bisnis untuk membangun kesadaran dan kepercayaan brand di benak konsumen. Konsistensi ini dapat mempengaruhi seseorang secara bawah sadar, menciptakan ekspektasi yang stabil dan familiar terhadap brand tersebut. Konsistensi dalam konteks Instagram dapat dibagi menjadi dua aspek utama: konsistensi teknis dan konsistensi dalam hal unggahan. Konsistensi Teknis berupa konsistensi warna dengan memilih palet warna yang konsisten untuk semua unggahan membantu menciptakan identitas visual yang kuat. Warna-warna yang digunakan secara konsisten pada setiap postingan membuat brand lebih mudah dikenali oleh audiens.

Konsistensi waktu unggah dengan cara mengunggah konten pada waktu yang sama setiap hari atau minggu membantu membangun kebiasaan di antara pengikut. Ini juga membantu algoritma Instagram mengenali akun sebagai aktif dan teratur. Konsistensi pola feeds yaitu mengatur tampilan

feed dengan pola tertentu, seperti grid yang berulang atau tema visual tertentu, memberikan tampilan yang rapi dan profesional. Pola feeds yang konsisten juga dapat menciptakan estetika yang menarik, yang dapat meningkatkan daya tarik visual dari profil Instagram.

Konsistensi dalam unggahan yaitu berupa frekuensi posting seperti mengunggah konten secara teratur tanpa melewatkan satu hari pun membantu menjaga keterlibatan pengikut dan meningkatkan visibilitas di algoritma Instagram. Konsistensi dalam frekuensi posting memastikan bahwa brand tetap relevan dan berada di *top of mind* audiens. Konten yang relevan dan menarik yaitu menjaga konsistensi dalam tema dan gaya konten yang diunggah memastikan bahwa audiens memahami dan tertarik dengan pesan yang disampaikan oleh brand.

Dengan menjaga konsistensi dalam kedua aspek ini, brand dapat membangun profil Instagram yang kuat, meningkatkan pengenalan brand, dan menarik serta mempertahankan audiens yang loyal.. Berdasarkan observasi peneliti yang dilakukan dalam akun media sosial Instagram @nepal_van_java sudah menerapkan unggahan konten yang tepat mengenai apa yang objek wisata ini jual, dari segi pemandangan, kuliner dan fasilitas. Instagram @ nepal_van_java sudah memiliki pola tersendiri seperti yang diungkapkan oleh narasumber admin Instagram sebagai berikut

:

“Oo.. Memang strateginya *repost*, kita modelnya *repost* mas, jadi kita gak pernah bikin konten sendiri tu endak. Kita Cuma konten *repost*-an dari yang *tag* gitu lho mas. Kalau *repost* kita juga

memilih dulu mas, karena banyak yang meminta untuk di *repost* melalui DM. Ya menurut saya kira-kira dijual itu laku *enggak*, foto itu bagus *endak* kira-kira untuk di *respost*, Sebelum saya *repost* itu saya edit terlebih dahulu”. (Mas Wahyu admin Instagram Wisata Nepal Van Java. Pada tanggal 17 Maret 2022).

Berdasarkan hasil pernyataan narasumber diatas bahwa konsistensi yang diterapkan oleh pengelola merupakan konsistensi mengunggah konten Instagram berupa *me-repost* dari akun pengunjung objek wisata Nepal Van Java yang memberi tanda *tag* ke akun resmi @nepal_van_java. Admin Instagram memilih terlebih dahulu unggahan yang akan mereka *repost* sebelum di publikasikan melalui Instagram. Admin memilih konten yang sesuai dengan apa yang disajikan di objek wisata Nepal Van Java, baik dari segi pemandangan alamnya, fasilitas, serta kulinernya. Dari beberapa hal yang dilakukan admin tersebut akan membuat sebuah pola di Instagram salah satunya yang paling menonjol pola *feeds* dengan fitur *repost* atau *mem-post* ulang. Seperti yang diungkapkan oleh Pak Setyoko selaku ketua pengelola Objek Wisata Nepal Van Java sebagai berikut :

“Selama ini masih bentuk *repost*, tapi kedepannya kita harus ada konten kreatifnya. Terus nanti *semisal* ada peraturan baru yang ada pastinya kita akan *post* di Instagram. Jadi nantinya kegiatan apapun yang ada di Nepal Van Java akan kita *publish*. (Pak Setyoko Pengelola Wisata Nepal Van Java. Pada tanggal 17 Maret 2022).

Pernyataan Pak Setyoko sebagai ketua pengelola objek wisata Nepal Van Java juga mengatakan bahwa hingga saat ini masih konsisten dengan menggunakan fitur *repost* dalam setiap unggahan konten Instagram. Akan tetapi hal tersebut menurut Pak Setyoko perlu adanya seorang konten

kreatornya agar tidak semua unggahan menggunakan *repost* agar di setiap unggahan dalam insragram lebih tertata dalam publikasi. Konsistensi unggahan dan *like* dalam media sosial sangat berpengaruh dalam algoritma Instagram suatu *Brand*.

Atraksi merupakan daya tarik wisatwan pada suatu objek wisata atau sebuah destinasi. Daya tarik yang diberikan oleh wisata Nepal Van Java kepada calon pengunjung yaitu sebuah keindahan alam dengan pemukiman warga yang berlatar belakang Gunung Sumbing. Daya tarik ini pada umumnya didapatkan lewat informasi yang mereka dapatkan dari teman bahkan saudara melalui mulut ke mulut. Namun tidak sedikit calon pengunjung yang percaya begitu saja dan sulit untuk melakukan tindakan datang ke Nepal Van Java tanpa melalui pembuktian terlebih dahulu dengan melihat konten Instagram untuk membangun ketertarikan calon pengunjung. Seperti yang diungkapkan pengelola pada penelitian yang dilakukan.

“Awalnya kan memang cuma hanya orang sekitar sini mbak yang tau. Mungkin ya lama kelamaan mengajak teman, istilahnya sih dari mulut ke mulut ya mulanya. Tapi mungkin ada juga yang ga percaya jadinya mungkin melihat konten di Instagram dulu baru yakin.” (Pak Setyoko pengelola Wisata Nepal Van Java. Pada tanggal 15 Maret 2022).

Dengan melihat konten Instagram mampu membangun ketertarikan pengunjung untuk datang berwisata ke Nepal Van Java. Dalam konten Instagram @nepal_van_java para calon pengunjung mendapatkan informasi kebenaran dari informasi yang didapat dari orang lain. Hal tersebut juga

diungkapkan oleh admin Instagram @ nepal_van_java sebagai berikut, “....tau sendiri lah ya mbak, sekarang kan apa-apa harus lihat dulu visualnya di Instagram baru pada percaya”. (Mas Wahyu admin Instagram Wisata Nepal Van Java. Pada tanggal 15 Maret 2022).

Dari kalangan anak muda Instagram masih menjadi pembuktian tersendiri mengenai apa yang disuguhkan di wisata Nepal Van Java. Berdasarkan data dari hasil observasi kepada triangulasi sumber memang benar Instagram sebagai alat pembuktian informasi yang didapat dari orang lain, karena kebanyakan orang tidak akan percaya begitu saja melalui omongan akan tetapi melakukan suatu pembuktian terlebih dahulu, yaitu melalui media sosial Instagram. Seperti yang dikatakan oleh pengelola wisata Nepal Van Java.

Ketertarikan pengunjung juga muncul karena adanya unggahan foto maupun video yang menarik, salah satunya melalui konten *repost* dan *tag* yang digunakan pengelola Nepal Van Java yang menjadi strategi utama dalam Instagram sampai saat ini. Seperti yang dikatakan oleh admin instagaram @nepal_van_java berikut ini.

“Jujur sih mbak, kita jarang banget bikin konten sendiri *tu*. Kita cuma konten *repost.an* dari yang *tag* gitu mbak. Jadi mereka yang *tag*, kita yang mengapresiasi dalam bentuk *repost.an*, Kadang sih *gak* cuma postingan ya mbak, tapi juga di *instastory* kami *repostnya*.” (Mas Wahyu admin Instagram Wisata Nepal Van Java. Pada tanggal 15 Maret 2022).

Konten *repost* dan *tag* merupakan salah satu bentuk fitur yang ada di Instagram, *repost* disini diartikan mengunggah kembali bentuk post dari orang lain bisa berupa *instastory* ataupun lainnya. *Repost* disini bisa dalam

bentuk foto maupun video, strategi *repost* dan *tag* dirasa cukup efektif dalam membangun ketertarikan pengunjung Nepal Van Java. Hal tersebut dinilai kurang tepat oleh Alfiana Rahma selaku pengunjung wisata Nepal Van Java.

”Menurut saya ya mbak sebagai pengunjung, *repost* sendiri itu kurang memberikan informasi ya mbak. Jadi mending kalau menurut saya setidaknya ada konten *original* yang buat sendiri gitu biar lebih kelihatan nyata mbak. Kalau di *repost* mending sih untuk membuktikan kalau banyak pengunjung *sih..*” (Alfiana Rahma. Pada tanggal 20 Maret 2022).

Strategi *repost* dinilai kurang efektif, karena *repost* sendiri hanya membuktikan bahwa ada orang yang datang berwisata ke wisata Nepal Van Java dengan kondisi seperti apa yang ada di foto. Nepal Van Java memang menyuguhkan berbagai *spot* foto, akan tetapi masih banyak yang bisa digali dalam pemanfaatannya dari segi konten di Instagram selain menggunakan *repost*.

1. Konsisten Dalam Meningkatkan Atraksi

Konsistensi dalam unggahan sebuah konten Instagram dapat menimbulkan atraksi atau daya tarik, dimana kecenderungan *followers* untuk menilai seseorang atau *Brand* Instagram untuk mengenal ataupun mengetahui tentang seseorang atau *Brand* itu sendiri. Semakin konsisten dalam mengunggah sebuah konten ke dalam Instagram sebagai media promosi akan memberikan dampak positif bagi *Brand*

itu sendiri. Berdasarkan pernyataan dari pengelola objek wisata Nepal

Van Java sebagai berikut :

“Kalau posting konten tu harus konsisten kitanya, entah itu berupa *repost* an gapapa yang penting kita konsisten biar yang lihat juga gak bosen kita biasanya sih seminggu 3 konten mbak. Kebanyakan sih kita *repost* konten video ya” (Pak Setyoko Pengelola Wisata Nepal Van Java. Pada tanggal 17 Maret 2022).

Berdasarkan data diatas pengelola pada awalnya mengunggah konten kedalam Instagram dalam satu minggu penuh, akan tetapi pengelola beranggapan bahwa unggahan yang terus menerus membuat *followers* Instagram jenuh. Unggahan dalam Instagram @nepal_van_java memang dalam satu minggunya selalu ada konten. Konsistensi unggahan sangat berpengaruh dalam membangun ketertarikan *followers* untuk datang berkunjung berwisata di objek Nepal Van Java.

Konsistensi unggahan konten dalam sebuah media sosial Instagram sebagai media promosi merupakan suatu anggapan ada atau tidak adanya suatu *Brand* itu sendiri. Semakin kita konsisten dalam mengunggah sebuah konten maka orang atau *followers* menganggap produk / *Brand* itu ada dan menjadikan unggahan akun suatu *Brand* itu menjadi *top Brand* dalam benak *followers* Instagram.

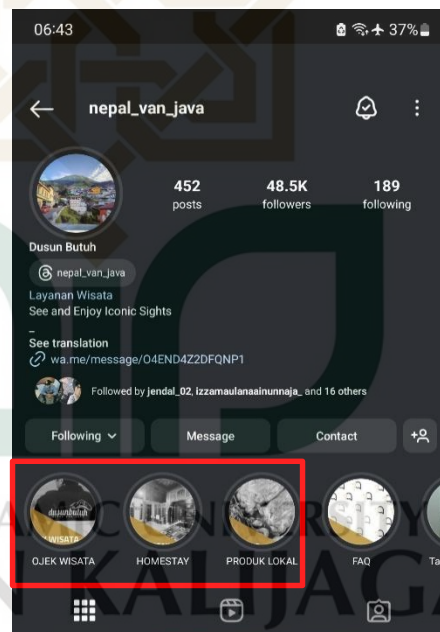
2. Konsisten Dalam Meningkatkan Amenitas

Menciptakan konten yang konsisten dalam menampilkan amenitas sangat penting untuk membangun *brand awareness* dan menarik

perhatian calon wisatawan. Konsistensi ini mencakup *visual*, gaya komunikasi, dan frekuensi posting.

“Kalau saya sih mbak, highlights tentang fasilitas saya buat dengan pola yang sama, seperti *cover highlightnya* mbak. Saya seragamkan biar lebih rapi.” (Mas Wahyu admin Instagram Wisata Nepal Van Java. Pada tanggal 15 Maret 2022).

Gambar 15 Highlight Instagram @nepal_van_java yang seragam



Sumber : akun Instagram @nepal_van_java

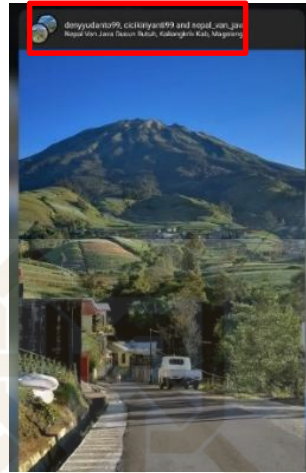
Dengan konsistensi penyeragaman *cover highlight*s dari *tone* warna membuat tampilan semakin rapi dan calon pengunjung akan lebih mudah dalam mencari sebuah informasi tentang amenities yang telah disematkan di *highlights*.

3. Konsisten Dalam Meningkatkan Aksesibilitas

Menjaga konsistensi konten yang menonjolkan aksesibilitas adalah kunci untuk membangun kepercayaan dan memperlihatkan komitmen wisata Nepal Van Java

Konsistensi dalam unggahan dengan *repost* akun yang telah menggetag akun @nepal_van_java yang sesuai dengan konten yang diunggah sangat berguna untuk proses pencarian informasi perihal aksesibilitas menuju wisata. Adanya informasi yang diperoleh *followers* mampu untuk mempertimbangkan sebelum menentukan keputusan. Konsistensi *repost* akun yang telah menggetag akun @nepal_van_java yang sesuai mampu memberikan informasi kepada *followers* mengenai informasi suatu *Brand*. Seperti yang diungkapkan oleh admin Instagram @ nepal_van_java sebagai berikut, “Kalau ada akun yang nge tag kita sih, selalu kita *repost* mbak. terutama di *instastory* dan postingan. *Tag* sangat membantu mas untuk pencarian para *followers*”. (Mas Wahyu admin Instagram Wisata Nepal Van Java. Pada tanggal 15 Maret 2022). Seperti gambar dibawah ini.

Gambar 16 Repost akun yang menetag @nepal_van_java



Sumber: akun Instagram @nepal_van_java

4. Konsisten Dalam Meningkatkan Ketersediaan Informasi

Menjaga konsistensi konten di Instagram untuk meningkatkan ketersediaan informasi adalah kunci agar *followers* mudah mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Ini juga membantu membangun kepercayaan dan keterlibatan dengan *followers*. Konsistensi dalam meningkatkan ketersediaan informasi pariwisata sangat penting untuk memastikan bahwa wisatawan dapat dengan mudah mengakses informasi yang mereka butuhkan untuk merencanakan dan menikmati perjalanan mereka.

“..Biasanya sih kami kalau semisal ada pengumuman yang berkaitan dengan Nepal Van Java, pasti akun tersebut akan *tag* ke Instagram kami mbak. Kami gak pernah buat dengan akun sendiri.” (Pak Setyoko pengelola Wisata Nepal Van Java. Pada tanggal 15 Maret 2022).

Tag pada Instagram berfungsi untuk menandai sebuah akun yang berkaitan dengan isi kontennya. Akun @nepal_van_java konsisten tidak pernah secara *official* membuat postingan tentang sebuah informasi. Namun, sebuah akun yang akan memposting pengumuman atau informasi lalu *tag* akun ke @nepal_van_java. Hal ini tidak efektif seperti yang dikatakan oleh Alfiana Rahma selaku pengunjung wisata Nepal Van Java.

”Ya *masak* ya mbak, akun wisata *gak* pernah posting pengumuman atau informasi penting. *Masak* ini dari akun lain yang *tag*. Disayangkan *sih* mbak kalo seperti ini, karena tidak efektif saja *sih*. Tapi kalo sudah di *repost* biasanya *sih* informasinya sudah *bener*.” (Alfiana Rahma. Pada tanggal 20 Maret 2022).

Ketersediaan informasi yang ada pada akun @nepal_van_java merupakan konsistensi dari *repost* akun yang melakukan *tag* ke akun @nepal_van_java. Hal tersebut mengakibatkan para *followers* percaya akan kebenaran dari sebuah informasi tersebut sehingga yakin untuk berkunjung ke wisata Nepal Van Java.

Gambar 17. *Repost* Informasi penting dari akun lain



Sumber : akun Instagram @nepal_van_java

Konsistensi dalam meningkatkan ketersediaan informasi pariwisata sangat penting untuk memastikan bahwa wisatawan dapat dengan mudah mengakses informasi yang mereka butuhkan untuk merencanakan dan menikmati perjalanan mereka. Dengan menjaga konsistensi ini, wisatawan akan lebih percaya dan merasa nyaman saat merencanakan kunjungan mereka, yang pada akhirnya meningkatkan kualitas pengalaman wisata secara keseluruhan. Pusat informasi wisawawan di sediakan di lokasi-lokasi strategis harus selalu siap memberikan informasi yang akurat dan terkini. Seperti yang diungkapkan oleh Pak Setyoko sebagai ketua pengelola desa wisata Nepal Van Java.

“..Kami juga memberikan informasi diberbagai titik mbak, kayak di pertigaan yang dibawah itu ada tanda panah menuju kesini. Lalu di jalan yang satunya juga ada mbak tapi

ya karna ini Covid-19 jadinya baru seadaanya mbak Cuma pake kayu kamu tulisin gitu terus tak kaitin pake kawat di tiang listrik mbak.” (Pak Setyoko pengelola Wisata Nepal Van Java. Pada tanggal 15 Maret 2022).

Dengan adanya pandemi Covid-19, pengelola wisata Nepal Van Java tetap memberikan informasi mengenai petunjuk arak menuju lokasi di tempat yang strategis seperti dipertigaan. Petunjuk arah yang dibuat oleh pengelola berupa kayu yang ditulisin lalu di pasang pada tiang listrik.

C. Komunitas Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Wisatawan

Komunitas merujuk pada kelompok orang yang tinggal dalam suatu area geografis tertentu dan berbagi kepentingan, nilai, serta budaya yang sama. Komunitas sering kali memiliki pengetahuan mendalam tentang lingkungan dan budaya setempat, menjadikannya aset berharga dalam berbagai aspek pembangunan, termasuk sektor pariwisata kreatif. Komunitas memiliki pengetahuan mendalam tentang sejarah, budaya, dan lingkungan setempat yang tidak dimiliki oleh pihak luar. Pengetahuan ini bisa dimanfaatkan untuk meningkatkan jumlah pengunjung.

Komunitas dalam sebuah objek wisata dapat menjadi sumber daya, preferensi maupun kebutuhan. Komunitas dalam hal ini memiliki peran yang penting salah satunya sebagai salah satu media promosi suatu *Brand*. Semakin banyak kerjasama dengan komunitas maka akan semakin banyak

pula sasaran yang akan didapat oleh suatu *Brand* tersebut. Sebuah objek wisata yang sudah menjalin banyak kerjasama dengan komunitas maka akan mendapatkan timbal balik yang positif antar keduanya baik objek wisata tersebut dengan suatu komunitas, maupun suatu komunitas dengan objek wisata. Komunitas merupakan elemen penting dalam mengelola sebuah akun Instagram, terutama bagi brand atau bisnis. Membentuk dan memelihara komunitas yang solid di sekitar akun Instagram memberikan berbagai keuntungan yang signifikan, termasuk mempermudah pemasaran produk yang dimiliki komunitas yang terlibat secara aktif memungkinkan brand untuk memasarkan produk dengan lebih efektif. Pengikut yang merasa menjadi bagian dari komunitas cenderung lebih responsif terhadap promosi dan lebih mungkin membeli produk atau layanan yang ditawarkan.

Meningkatkan tingkat kepercayaan pengikut merupakan kunci dalam hubungan antara brand dan konsumen. Dengan membangun komunitas yang kuat, pengikut akan lebih percaya terhadap brand karena merasa terhubung secara emosional dan percaya bahwa brand tersebut memahami dan memenuhi kebutuhan mereka.

Memahami keperluan komunitas lebih jauh dengan cara komunitas memberikan brand wawasan berharga tentang apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh audiens mereka. Dengan berinteraksi secara langsung dengan pengikut, brand dapat lebih mudah mengidentifikasi tren, preferensi, dan masalah yang mungkin dihadapi oleh komunitas, memungkinkan brand untuk menyesuaikan produk atau layanan mereka sesuai kebutuhan.

Dengan menempatkan komunitas sebagai tujuan utama dalam pengelolaan akun Instagram, brand tidak hanya dapat memperluas jangkauan dan meningkatkan penjualan, tetapi juga menciptakan hubungan yang lebih dalam dan bermakna dengan audiens mereka.

Komunitas merupakan salah satu stakeholder yang membawa pengunjung untuk berwisata di Nepal Van Java. Komunitas mengembangkan produk wisata Seperti kerjasama yang dilakukan oleh objek wisata Nepal Van Java dengan berbagai komunitas, bentuk kerjasama yang paling menonjol yaitu kerjasama dengan komunitas fotografi. Seperti yang diungkapkan oleh wakil ketua pengelola objek wisata Nepal Van Java Pak Manap.

“Kalau pertama kita sasaran komunitas sepeda kita kasih *spot foto*. Ternyata mereka para pengunjung kadang kan pengen difotoin tapi dengan hasil yang bagus. Jadinya kita mengajak para fotografer untuk berkarya di sini mbak”. (Pak Manap Wakil Ketua Pengelola

Nepal Van Java. Pada 12 April 2022).

Salah satu bentuk kerjasama antara objek wisata Nepal Van Java dengan komunitas yaitu adanya suatu timbal balik yang positif antar keduanya. Pada komunitas fotografi pengelola mengadakan pembangunan beberapa spot foto sederhana untuk memberikan wadah bagi pecinta fotografi agar para anggota komunitas merasa diapresiasi.

Tidak hanya komunitas fotografi saja yang berkerja sama dengan

dengan wisata Nepal Van Java, tetapi secara tidak langsung akun-akun base yang berada di sekitar Nepal Van Java juga dirangkul dalam memberikan informasi. Seperti yang diungkapkan oleh ketua pengelola objek wisata Nepal Van Java Pak Setyoko.

“Kita juga biasanya kerjasama dengan akun-akun seperti pendaki, *traveler* atau base lainnya. Menurut kami akun-akun tersebut justru dapat membantu kami dalam hal promosi dan menyebarkan informasi dengan *tag* ke akun kami”. (Pak Setyoko Ketua Pengelola Nepal Van Java. Pada 12 April 2022).

Kerjasama yang dilakukan oleh wisata Nepal Van Java dengan beberapa akun, dapat membantu untuk menyebarkan informasi dan promosi wisata Nepal Van Java dengan cara *tag* dan di *repost* oleh ke akun @nepal_van_java.

1. Komunitas Dalam Meningkatkan Atraksi

Daya tarik seseorang dalam berkunjung ke sebuah objek wisata salah satunya dipengaruhi oleh bentuk kerjasama komunitas dengan suatu objek wisata tersebut. Kerjasama yang baik mampu membangun ketertarikan berkunjung wisatawan, kerjasama dengan komunitas yang baik juga mampu menarik kerjasama dengan komunitas-komunitas lainnya. Bentuk kerjasama yang berhasil bisa mempengaruhi *followers* media sosial Instagram dan para calon.

Komunitas dalam akun Instagram dapat menimbulkan atraksi atau daya tarik, dimana kecenderungan *followers* untuk menilai seseorang

atau *Brand* Instagram untuk mengenal ataupun mengetahui tentang seseorang atau *Brand* itu sendiri. Semakin banyak komunitas dalam mengunggah sebuah konten ke dalam Instagram sebagai media promosi akan memberikan dampak positif bagi *Brand* itu sendiri. Berdasarkan pernyataan dari pengelola objek wisata Nepal Van Java sebagai berikut

“Biasanya sih para akun komunitas itu justru yang memposting video atau foto tentang desa wisata kami mbak lalu ngetag kita. Rata-rata sih orang itu menariknya justru dari akun-akun komunitas gitu ya mbak” (Pak Setyoko Pengelola Wisata Nepal Van Java. Pada tanggal 17 Maret 2022).

Berdasarkan data di atas komunitas dalam Instagram sangat efektif dalam memikat daya tarik para calon wisatawan. Akun komunitas tersebut justru memberikan informasi terkait wisata Nepal Van Java dengan cara *tag* akun @nepal_van_java lalu merepostnya.

Konsistensi unggahan konten dalam sebuah media sosial Instagram sebagai media promosi merupakan suatu anggapan ada atau tidak adanya suatu *Brand* itu sendiri. Semakin kita konsisten dalam mengunggah sebuah konten maka orang atau *followers* menganggap produk / *Brand* itu ada dan menjadikan unggahan akun suatu *Brand* itu menjadi *top Brand* dalam benak *followers* Instagram.

Dengan konten yang menarik, kita bisa membuat follower tertarik dan ingin mengakses kembali akun Instagram suatu *brand* dengan kehadiran unggahan-unggahan yang menarik di dalam akun Instagram

suatu *brand*. Unggahan gambar maupun video di dalam Instagram selalu diletakkan diatas *caption* agar *followers* tertarik dengan melihat unggahan kemudian membaca *caption* yang ada. Konten menjadi salah satu hal utama dalam media sosial Instagram terutama dalam strategi promosi. Strategi promosi yang dilakukan salah satunya untuk menunjang pertumbuhan perekonomian. Konten Instagram menjadi pertimbangan untuk menarik pengunjung seperti yang diungkapkan oleh pengelola objek wisata Nepal Van Java pada penelitian yang dilakukan.

“Kalau sekarang sih kita masih tetap mempertahankan untuk pakai Instagram ya mbak walaupun keadaan *Covid* kayak gini, soalnya ya tau sendiri gimana pengaruhnya Instagram untuk media promosi. Apalagi, sekali kita bikin konten pasti langsung melesat ya mbak jangkauannya, kalau menurut saya sih buat konten di Instagram sangat penting sih mbak. Untuk sekarang sih kebanyakan konten kita video pake drone itu mbak.” (Pak

Setyoko pengelola Desa Wisata Nepal Van Java. Pada tanggal 15 Maret 2022).

Saat ini Instagram merupakan salah satu media yang digunakan dalam mempromosikan objek wisata Nepal Van Java. Media sosial selain Instagram dinilai kurang efektif, karena Instagram menjadi satu-satunya media sosial paling diminati untuk digunakan dalam mempromosikan Nepal Van Java. Sama halnya yang diungkapkan oleh

admin Instagram pada penelitian yang dilakukan.

Konten Instagram juga menjadi wadah tersendiri bagi pengunjung objek wisata Nepal Van Java dalam mendapatkan informasi. Baik dari wisatawan dalam kota maupun luar kota, seperti yang diungkapkan oleh admin Instagram @nepal_van_java.

“Penting banget ya konten mbak. Apalagi kan dengan keadaan Covid seperti ini kan, kasarannya siapa sih yang tau Nepal Van Java atau Dusun Butuh ini.. Ya awalnya palingan kan hanya segelintir orang dan mungkin mereka pahamnya cuma karena salah satu untuk jalur pendakian. Tapi karena ada konten video drone yang mengambil view keseluruhan, jadinya baru pada tau dari Instagram itu.” (Mas Wahyu admin Instagram Wisata Nepal Van Java. Pada tanggal 15 Maret 2022).

Berdasarkan wawancara dengan narasumber, konten dalam sebuah akun resmi objek wisata harus mampu memuat informasi yang diperlukan pengunjung untuk memberikan informasi kepada pengunjung mengenai Nepal Van Java.

Konten-konten yang diunggah dalam Instagram @nepal_van_java merupakan konten-konten yang bisa menjual objek wisata Nepal Van Java agar lebih dikenal dan diminati banyak pengunjung serta bisa meningkatkan jumlah pengunjung.

2. Komunitas Dalam Meningkatkan Amenitas

Komunitas memiliki peran penting dalam meningkatkan amenities

pariwisata, yaitu fasilitas dan layanan yang mendukung kenyamanan wisatawan. Bentuk kerjasama dengan instansi-instansi menjadikan sebuah objek wisata dapat dijadikan sebagai rujukan tempat berwisata. Seperti ungkapan dari Pak Setyoko selaku ketua objek wisata Nepal Van Java.

“Kalau disini komunitas bekerja samanya dengan pemerintah atau pihak swasta untuk memperbaiki atau menambah fasilitas, seperti toilet umum, informasi pariwisata gitu sih mbak. Masyarakat disini juga ikut dalam pengelolaan wisata kok mbak, kayak homestay, warung atau usaha kecil gitu ”
(Pak Setyoko selaku ketua objek wisata Nepal Van Java.

Pada tanggal 15 Maret 2022).

Komunitas yang bekerja sama dengan pemerintah atau pihak swasta bertujuan untuk memperbaiki atau menambah fasilitas yang ada di Nepal Van Java seperti toilet umum atau informasi pariwisata. Dengan melibatkan masyarakat lokal dalam pengelolaan pariwisata, seperti menjalankan homestay, warung makan, dan usaha kecil lainnya, dapat meningkatkan kualitas layanan dan memberi pengalaman kepada wisatawan. Komunitas, merupakan hal yang aktif di media sosial, dapat mempromosikan destinasi dan fasilitas lokal, menarik lebih banyak wisatawan dan meningkatkan popularitas daerah tersebut dengan melihat konten Instagram untuk membangun ketertarikan calon pengunjung. Seperti yang diungkapkan pengelola pada penelitian yang

dilakukan.

“Awalnya kan memang cuma hanya orang sekitar sini mbak yang tau. Mungkin ya lama kelamaan mengajak teman, istilahnya sih dari mulut ke mulut ya mulanya. Tapi mungkin ada juga yang ga percaya jadinya mungkin melihat konten di Instagram dulu baru yakin.” (Pak Setyoko pengelola Wisata Nepal Van Java. Pada tanggal 15 Maret 2022).

Dengan melihat konten Instagram mampu membangun ketertarikan pengunjung untuk datang berwisata ke Nepal Van Java. Dalam konten Instagram @nepal_van_java para calon pengunjung mendapatkan informasi kebenaran dari informasi yang didapat dari orang lain. Hal tersebut juga diungkapkan oleh admin Instagram @ nepal_van_java sebagai berikut, “...tau sendiri lah ya mbak, sekarang kan apa-apa harus lihat dulu visualnya di Instagram baru pada percaya”. (Mas Wahyu admin Instagram Wisata Nepal Van Java. Pada tanggal 15 Maret 2022).

3. Komunitas Dalam Meningkatkan Aksesibilitas

Kerjasama komunitas untuk meningkatkan jumlah wisata dalam sebuah objek wisata bisa dijadikan bahan untuk memberikan informasi mengenai aksesibilitas. Komunitas dapat memberikan sebuah informasi aksesibilitas dengan cara menggugah dokumentasi acara ataupun kegiatan yang berkaitan dengan desa wisata Nepal Van Java. Seperti yang dijelaskan admin @nepal_van_java sebagai berikut, “Semua

kegiatan apapun yang ada di Nepal Van Java akan kita unggah di Instagram mbak..., tujuannya jika ada kegiatan dari instansi-instansi lain nanti bisa masuk ke Nepal Van Java. *Ohhh Nepal Van Java tu bisa buat kegiatan ini lhooo..*". (Pak Setyoko pengelola Nepal Van Java. Pada tanggal 20 Maret 2022). Berdasarkan observasi peneliti yang dilakukan dalam akun media sosial Instagram @nepal_van_java sudah menerapkan unggahan konten yang tepat mengenai apa yang objek wisata ini jual, dari segi pemandangan, kuliner dan fasilitas. Instagram @ nepal_van_java sudah memiliki pola tersendiri seperti yang diungkapkan oleh narasumber admin Instagram sebagai berikut.

"Oo.. Memang strateginya *repost*, kita modelnya *repost* mbak, jadi kita gak pernah bikin konten sendiri tu *endak*. Kita Cuma konten *repost*-an dari yang *tag* gitu lho mbak. Kalau *repost* kita juga memilih dulu mbak, karena banyak yang meminta untuk di *repost* melalui DM. Ya menurut saya kira-kira dijual itu laku *enggak*, foto itu bagus *endak* kira-kira untuk di *respost*, Sebelum saya *repost* itu saya edit terlebih dahulu".

(Mas Wahyu admin Instagram Wisata Nepal Van Java. Pada tanggal 17 Maret 2022).

Berdasarkan hasil pernyataan narasumber diatas bahwa konsistensi yang diterapkan oleh pengelola merupakan konsistensi mengunggah konten Instagram berupa *me-repost* dari akun pengunjung objek wisata Nepal Van Java yang memberi tanda *tag* ke akun resmi

@nepal_van_java. Admin Instagram memilih terlebih dahulu unggahan yang akan mereka *repost* sebelum di publikasikan melalui Instagram. Admin memilih konten yang sesuai dengan apa yang disajikan di objek wisata Nepal Van Java, baik dari segi pemandangan alamnya, fasilitas, serta kulinernya. Dari beberapa hal yang dilakukan admin tersebut akan membuat sebuah pola di Instagram salah satunya yang paling menonjol pola *feeds* dengan fitur *repost* atau *mem-post* ulang. Seperti yang diungkapkan oleh Pak Setyoko selaku ketua pengelola Objek Wisata Nepal Van Java sebagai berikut :

“Biasanya orang tu kesini karena ngelihat postingan akun komunitas gitu mbak yang nge tag ke akun kita. Kan sekarang banyak tuh kayak pada buat konten beberapa rekomendasi wisata misal kayak di Magelang. (Pak Setyoko Pengelola Wisata Nepal Van Java. Pada tanggal 17 Maret 2022).

Berdasarkan pernyataan diatas pengunjung Nepal Van Java datang berwisata atas rekomendasi unggahan konten dalam akun Instagram @nepal_van_java yang memposting ulang dari akun komunitas. Saat ini banyak akun komunitas yang membuat konten tentang rekomendasi wisata di sebuah wilayah, contohnya di Magelang.

4. Komunitas Dalam Meningkatkan Ketersediaan Informasi

Kolaborasi antara komunitas dengan sebuah *brand* atau destinasi

wisata dapat meningkatkan minat kunjungan wisatawan. Salah satu cara untuk mencapai hal ini adalah dengan menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh calon pengunjung. Proses pencarian informasi sangat penting dalam membentuk minat seseorang, karena informasi yang diperoleh dapat membantu individu dalam membuat keputusan. Di Nepal Van Java, bentuk kerjasama komunitas dengan objek wisata ini dipromosikan melalui akun Instagram @nepal_van_java. Fitur seperti siaran langsung dan Instagram Stories digunakan untuk menyampaikan informasi tentang kegiatan komunitas, terutama komunitas fotografi, kepada followers dan calon pengunjung Nepal Van Java. Hal ini disampaikan oleh Mas Wahyu, admin akun Instagram @nepal_van_java. Komunitas di Instagram untuk meningkatkan ketersediaan informasi adalah kunci agar *followers* mudah mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Ini juga membantu membangun kepercayaan dan keterlibatan dengan *followers*.

“Kalau saya tu sukanya live di instagram mbak jadinya tu dan kadang tak buat story juga mbak. Itu aja banyak banget yang lihat mbak, kadang bisa sampe 300an lebih yang lihat.” (Mas Wahyu admin intagram @nepal_van_java. Pada tanggal 15 Maret 2022).

Fitur *live* dalam Instagram memberikan dampak positif sebagai strategi promosi, karena setiap sesi siaran langsung diikuti oleh sekitar

300 pengguna Instagram. Mengingat dampak positif ini, admin Instagram membagikan siaran langsung tersebut dalam bentuk Instagram Stories, yang tersedia selama 24 jam. Tujuannya adalah untuk memperluas jangkauan, sehingga tidak hanya pengguna yang menonton siaran langsung yang dapat mengakses konten, tetapi juga pengguna yang tidak sempat menonton secara langsung bisa melihatnya melalui *story*.

Selain melalui fitur-fitur tersebut, fitur pesan atau *Direct Message* (DM) juga memiliki peran penting sebagai sarana pencarian informasi bagi *followers* dan calon pengunjung objek wisata Nepal Van Java. Banyak pengikut akun Instagram @nepal_van_java yang, setelah melihat unggahan konten, masih membutuhkan informasi lebih jelas. Dalam kasus seperti ini, mereka biasanya menghubungi langsung melalui pesan Instagram atau DM.

“Biasanya tu mbak, orang-orang tu sebelum kesini tanya dulu lewat dm, misal entah tanya cuaca atau tanya HTM.”
(Mas Wahyu admin intagram @nepal_van_java. Pada tanggal 15 Maret 2022).

Ketersediaan informasi yang ada pada akun @nepal_van_java merupakan konsistensi dari *repost* akun yang melakukan *tag* ke akun @nepal_van_java. Hal tersebut mengakibatkan para *followers* percaya akan kebenaran dari sebuah informasi tersebut sehingga yakin untuk

berkunjung ke wisata Nepal Van Java.

Pengelola objek wisata Nepal Van Java bekerjasama dengan beberapa komunitas di Yogyakarta terutama dengan komunitas fotografi, segala bentuk kegiatan kerjasama yang dijalin antar kedua belah pihak di unggah kedalam media sosial instagram @nepal_van_java sebagai salah satu bentuk strategi promosi melalui media sosial instagram. Namun, hingga saat ini pengelola objek wisata Nepal Van Java masih bekerjasama dengan komunitas *offline*, sedangkan dengan komunitas *online* masih sebatas melihat unggahan yang diunggah bagus dan menjual akan saling *me-repost*.

Bentuk unggahan kerjasama komunitas dengan pengelola objek wisata Nepal Van Java juga dapat dilihat dari unggahan konten *event* baik agenda *live* musik, dan berbagai kegiatan di instagram @nepal_van_java. Unggahan konten *event* komunitas dilakukan pengelola 3-4 hari sebelum acara berlangsung bertujuan untuk membangun ketertarikan *followers* untuk datang berkunjung dan menikmati agenda-agenda yang diselenggarakan.

Berdasarkan wawancara dengan narasumber, komunitas dalam sebuah objek wisata harus mampu memuat informasi yang diperlukan pengunjung untuk memberikan informasi kepada pengunjung mengenai Nepal Van Java.

Berdasarkan hasil analisis salah satu indikator instagram yaitu komunitas dikaitkan dengan tiga indikator meningkatkan jumlah

pengunjung dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi promosi pengelola objek wisata Nepal Van Java melalui komunitas dalam meningkatkan jumlah pengunjung sudah berjalan dengan baik dan berusaha untuk terus meningkatkan bentuk kerjasama dengan komunitas.

