

# Peran Tourism Information Center (PIC) pada Gangguan Media Sosial Instagram dalam Mempromosikan Pariwisata Kabupaten Blitar

*by* Pusat Studi Perencanaan Dan Pembangunan Masyarakat

---

**Submission date:** 22-Feb-2023 02:35AM (UTC-0500)

**Submission ID:** 2020310352

**File name:** PERAN\_TIC\_PADA\_GANGUAN\_MEDIA\_SOSIAL\_INSTAGRAM.pdf (226.17K)

**Word count:** 3860

**Character count:** 25704

## Peran Tourism Information Center (PIC) pada Gangguan Media Sosial Instagram dalam Mempromosikan Pariwisata Kabupaten Blitar

Andiwi Meifilina

Universitas Islam Blitar, Blitar, Indonesia

Email korespondensi: andiwimeifilina1@yahoo.co.id

### ABSTRAK

Peningkatan jumlah pengguna internet membuktikan bahwa internet sangat dibutuhkan baik untuk kebutuhan pekerjaan, hiburan maupun media sosialisasi dan salah satunya lebih bermanfaat untuk promosi wisata sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kontribusi penggunaan media sosial Instagram yang digunakan oleh Tourism Information Center (TIC) di Kabupaten Blitar dalam menjalankan perannya dalam mempromosikan pariwisata di Kabupaten Blitar. Paradigma yang digunakan adalah penelitian post positivistik. Penelitian ini termasuk dalam format penelitian deskriptif kualitatif dari awal sampai akhir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial instagram sebagai media promosi pariwisata dapat dimanfaatkan secara maksimal dalam penyampaian konten promosi, pembuatan konten yang menarik, penggunaan fitur berupa foto, video seperti informasi pariwisata, budaya, event dan lain-lain. Dengan tujuan menggunakan media sosial instagram agar dapat tersampaikan secara maksimal kepada pengguna pesan sosial instagram dan konten promosi agar penyebarannya efektif. Peran Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar dalam mempromosikan pariwisata dilakukan melalui program kerja Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar yang kemudian digunakan sebagai promosi untuk memberikan informasi pariwisata.

**Kata-kata Kunci:** Media sosial instagram; promosi; pariwisata daerah; Pusat Informasi Pariwisata (TIC) Kabupaten Blitar

### ABSTRACT

*The increasing number of internet users proves that the internet is very much needed for both work, entertainment and media socialization need and one of which is more useful for tourism promotion so as to increase the number of tourist visits. The purpose of this study is to find out how the contribution of the use of social media Instagram is used by the Tourism Information Center (TIC) in Blitar Regency in carrying out its role in promoting tourism in Blitar Regency. The paradigm used is the study is post positivistic. This research is categorized as a qualitative descriptive research formats from beginning to end. The results show that the use of social media instagram as a media for tourism promotion can be maximally utilized in delivering promotional content, creating interesting content, using features in the form of photos, videos such as information on tourism, culture, events and others. With the aim using instagram social media to be maximally conveyed to users of instagram social messages and promotional content for its distribution effectively. The role of the Blitar Regency Tourism Information Center (TIC) in promoting tourism is carried out through the work programs of the Blitar Regency Tourism Information Center (TIC) which are then used as promotions to provide tourism information.*

**Keywords:** Social media instagram; promotion; regional tourism; the Blitar Regency Tourism Information Center (TIC)

**Korespondensi:** Andiwi Meifilina. Universitas Islam Blitar. Jl. Majapahit No. 4A, Jawa Timur. *Email:* windadwiaz@gmail.com

## PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini internet menjadi kebutuhan primer dan pengguna internet di Indonesia lebih besar dari negara lain karena hampir semua orang di Indonesia memiliki media sosial. Pengguna internet yang semakin meningkat membuktikan bahwa internet begitu dibutuhkan baik untuk kebutuhan pekerjaan, hiburan dan sosialisasi bermedia dan salah satunya lebih bermanfaat digunakan untuk promosi pariwisata sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Kabupaten Blitar memiliki potensi wisata sangat bagus dan di sektor pariwisata. Kabupaten Blitar cukup memiliki pendapatan yang cukup besar. Salah satu program pemerintah Kabupaten Blitar dalam mengembangkan pariwisata yaitu pada pariwisata lokal. Pengembangan pariwisata ini dilakukan di beberapa daerah sekitar Kabupaten Blitar yang meliputi wisata alam, wisata buatan dan wisata budaya. Beberapa wisata alam yang berada di Kabupaten Blitar. Kabupaten Blitar merupakan daerah tujuan wisata di Jawa Timur. Dinas Pariwisata Budaya Pemuda dan Olah Raga (DISPARBUDPORA) Kabupaten Blitar mempunyai strategi promosi pariwisata agar pariwisata di Kabupaten Blitar dikenal masyarakat luas baik dalam negeri maupun luar negeri. Salah satunya dengan adanya pusat informasi pariwisata yaitu Tourism Information Center (TIC) yang dibangun dengan alokasi anggaran 1,6 Milliar yang berlokasi di eks Kantor Kawedanan Wlingi yang pada saat ini dipergunakan sebagai Kantor Rumah Blitar Kreatif. Tourism Information Center (TIC) bertujuan untuk memudahkan wisatawan meenggali informasi tentang wisata di Kabupaten Blitar, utamanya kawasan wisata Sirah Kencong yang menjadi focus pembangunan wisata Pemerintah.

Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar juga menyajikan kerajinan tangan khas Blitar sehingga wisatawan bisa mengunjungi Rumah Blitar Kreatif (RBK) untuk mencari oleh-oleh atau jajanan khas Blitar disini. Bangunan yang sangat luas ini juga bisa menjadi persinggahan bus wisatawan. Untuk mendukung terus kemajuan pariwisata di Kabupaten Blitar maka Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar menggunakan strategi komunikasi pemasaran yang merupakan suatu bentuk informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk mengubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga membeli dan tetap mengingat produk tersebut. Bentuk komunikasi pemasaran yaitu periklanan dan promosi penjualan. Komunikasi Pemasaran dirasa penting diterapkan kemajuan pariwisata Kabupaten Blitar yaitu terkait dengan elemen-elemen dalam komunikasi pemasaran yang meliputi iklan, promosi, penjualan langsung, humas dan pemasaran menggunakan digital atau internet. Adapun implementasi dari sejumlah penerapan komunikasi pemasaran secara baik maka, akan berpengaruh terhadap jumlah wisatawan dan pengelolaan objek wisata semakin baik pula.

Dalam strategi promosinya ini Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar menggunakan media instgram sebagai strategi komunikasi akan tetapi di masa pandemi Covid-19 jumlah kunjungan wisatawan melalui penggunaan media sosial insagram masih belum mencapai target yang diinginkan. Tentunya dalam penggunaan media sosial Instagram harus mampu memberikan konten-konten pariwisata yang maksimal. Dengan adanya permasalahan di atas maka penulis ingin mengetahui bagaimana kontribusi penggunaan media sosial Instagram yang digunakan oleh Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar dalam menjalankan perannya mempromosikan pariwisata di Kabupaten Blitar.

Menurut Basu, Swastha, dan Irawan tujuan promosi adalah a. modifikasi tingkah laku, b. memberi tahu, c. membujuk, dan d. mengingatkan (Basu, 2001). Selain facebook, twitter, youtube, path, line yang menjadi media sosial favorit masyarakat Indonesia adalah Instagram.

Dengan jumlah pengguna yang terus meningkat, Instagram menjadi peluang besar bagi para pelaku bisnis dalam melakukan kegiatan promosi dan juga Pemerintah yang berupaya mempromosikan Indonesia melalui Instagram. Cara penggunaannya yang mudah dan tidak banyak menggunakan biaya dengan mengutamakan pada bentuk gambar dan visual, adanya fitur hastag yang sangat memudahkan pencarian maka Instagram dijadikan strategi marketing oleh Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar karena media ini berfokus pada visual yaitu foto dan video sehingga tepat untuk dijadikan media promosi. Kemudian *create content* untuk Instagram lebih mudah sehingga admin dapat dengan mudah mengunggah konten yang sudah dipersiapkan. Adanya permasalahan diatas maka penulis tertarik melakukan kajian ilmiah yang lebih mendalam untuk mengetahui dan mendeskripsikan faktor-faktor yang mendukung dan menghambat bagaimana peran Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar pada Penggunaan Media Sosial Instagram dalam mempromosikan pariwisata daerah Kabupaten Blitar.

## METODE PENELITIAN

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah post positivistic. Penelitian ini dimasukkan ke dalam jenis penelitian deskriptif kualitatif yang mengharuskan peneliti untuk mengikuti format-format penelitian kualitatif dari awal sampai akhir. Penelitian deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post positivisme yang biasanya digunakan untuk meneliti pada kondisi objektif yang alamiah dimana peneliti berperan sebagai instrumen kunci (Sugiyono, 2002).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Media Sosial berasal dari bahasa latin dan merupakan bentuk jamak dari kata “medium” yang secara harfiah berarti perantara atau pengantar (Sadiman, 2012). Media adalah perantara atau pengantar pesan dari pengirim ke penerima pesan. Pengguna (*user*) media sosial berkomunikasi, berinteraksi, saling kirim pesan dan saling berbagai (*sharing*) dan membangun jaringan networking. Pesatnya perkembangan media sosial kini di karenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Seorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan media sosial dengan jaringan internet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri. Penggunaan media sosial adalah media yang mawadahi kerjasama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*user-generated conten*) (Nasrullah, 2015). Dari penggunaan media sosial memiliki manfaat penting bagi masyarakat yaitu:

Komunikasi Online yaitu komunikasi yang artinya penyampaian esan (informasi, berita, dan lain-lain), proses penyampaian pesan dari sumber pesan (*source*) kepada penerima pesan (*receiver*) dengan harapan bahwa si penerima pesan memiliki pemahaman akan makna pesan serupa dengan makna yang dimiliki sumber. Komunikasi mencakup penyampaian dengan cara verbal (dengan lisan atau kata-kata) maupun nonverbal, seperti gerak tubuh, ekspresi wajah, dan lain sebagainya. Sedangkan online sendiri merupakan istilah populer yang banyak digunakan masyarakat Indonesia, yang jika ditinjau dari segi bahasanya berasal dari kata dalam KBBI yaitu daring. 2. Menghubungkan banyak orang: pada dasarnya media sosial dapat dianggap sebagai salah satu macam-macam media komunikasi. Media sosial pada umumnya adalah sebuah media yang digunakan untuk bersosialisasi (berhubungan, baik secara personal, kelompok dan lain sebagainya) antar penggunanya. Secara garis besar media sosial dan jaringan sosial menggunakan system yang sama yaitu media daring yang terhubung dengan

internat. 3. Mencari informasi berita dan Pengetahuan: Menurut McGraw Hill dalam Watie (2011), Media sosial adalah sarana yang digunakan oleh orang-orang untuk berinteraksi satu sama lain dengan cara menciptakan, berbagi serta bertukar informasi dan gagasan dalam sebuah jaringan dan komunitas virtual. 4. Sebagai sarana promosi: menurut William Shoell menyatakan “ *Promotion is marketers effort to communicate with target audience. Communication is the process of influencing others behavior by sharing iideas, information or feeling with them* (Naingolan, 2018)

Peran Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar pada penggunaan media Sosial Instagram dalam mempromosikan pariwisata daerah Kabupaten Blitar. Salah satu fungsi dari Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar ini adalah untuk menyediakan informasi bagi wisatawan yang datang ke Blitar. Di masa adaptasi kebiasaan baru ini sektor pariwisata di Kabupaten Blitar mulai berjalan oleh karena itu wisatawan yang datang akan diarahkan ke mana saja wisata yang sudah bisa dikunjungi serta tetap menerapkan protokol kesehatan. Peran lain Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar yaitu membantu dan mempermudah perjalanan wisatawan, meningkatkan jumlah kunjungan, perpanjangan tangan stakeholder, media promosi dan mengumpulkan wisatawan. Penerapan protokol kesehatan merupakan hal yang wajib ketika berkunjung ke Blitar, hal ini untuk memutu mata rantai penyebaran covid-19.

Teori Media Baru merupakan teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media (Levy, 2010). Teori ini yang erat kaitannya dengan perkembangan teknologi komunikasi salah satunya yaitu media sosial yang pada zaman modern ini menjadi salah satu media komunikasi manusia yang populer. Dengan keberadaan media sosial sebagai media baru, maka peneliti menganggap teori media baru relevan dengan keberadaan media sosial dengan adanya penggunaan media sosial instagram oleh Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar dalam mempromosikan pariwisata daerah Kabupaten Blitar. Menurut Prabowo mengenai media baru (New Media) atau media online adalah suatu alat sebagai sarana komunikasi yang dimana saling berinteraksi, berpendapat, tukar informasi, mengetahui berita yang melalui saluran internet serta informasinya selalu terbaru dan juga lebih efisien saat memberikan informasi kepada khalayak.

Konten-konten positif yang dibuat oleh Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar untuk dipublikasikan dalam media instagram bertujuan untuk membangun citra. Konten tersebut seperti mempublikasikan gambar-gambar obyek wisata dan seni budaya. Selanjutnya Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar juga membagikan gambar-gambar adanya pergerakan yang cukup baik di masyarakat yang bertindak sebagai wisatawan. Hal ini menandakan bahwa masyarakat sudah cukup berani untuk berkunjung ke tempat-tempat wisata yang sudah menerapkan protokol kesehatan. Konten yang bertujuan untuk membangun citra secara teoritis terbagi menjadi menjadi beberapa bagian seperti yang disampaikan oleh Sumirat dan Ardianto (Ardianto, 2010) terdapat empat komponen pembentukan citra antara lain:

- a. Persepsi, diartikan sebagai hasil pengamatan unsur lingkungan yang diartikan dengan suatu proses pemaknaan dengan kata lain individu akan memberikan makna terhadap rangsang berdasarkan pengalamannya ymenegenai rangsang.
- b. Kognisi yaitu suatu keyakinan diri dari individu terhadap stimulus keyakinan ini akan timbul apabila individu harus diberikan informasi-informasi yang cukup dapat mempengaruhi perkembangan kognisinya.
- c. Motivasi dan sikap yang ada akan menggerakkan respon seperti yang diinginkan oleh pemberi rangsang. Motif adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan.

- d. Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berfikir dan merasa dalam menghadapi obyek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan perilaku tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu.

Untuk menyalurkan informasi dengan lebih cepat dan tepat kepada masyarakat yang heterogen Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar memanfaatkan media sosial Instagram. Media ini dianggap mampu mempersuasi masyarakat baik nasional maupun internasional terhadap pariwisata di Kabupaten Blitar. Informasi yang dibagikan tidak hanya berbentuk gambar dan tulisan, namun terdapat juga video yang bisa dinikmati oleh pengikut di akun Instagram Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar. Jadi Instagram merupakan media yang memberi kemudahan cara berbagi secara online oleh foto-foto, video dan juga layanan jejaring sosial yang dapat digunakan pengguna untuk mengambil dan membagi ke teman mereka (Budiargo, 2015). Berdasarkan konsepnya bahwa Instagram merupakan media yang memberikan kemudahan secara online oleh foto-foto, video dan juga layanan jejaring sosial yang dapat digunakan pengguna untuk mengambil dan membagi ke kepada orang lain.

Penggunaan media sosial Instagram sangat membantu media promosi Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar untuk menunjang dan memudahkan kegiatan promosi pariwisata. Penggunaan media sosial Instagram oleh Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar harus dibuat lebih kreatif lagi dalam bentuk foto atau video sehingga penyebaran informasi pariwisata dapat memberikan manfaat penting bagi masyarakat mengenai pariwisata dapat memberikan manfaat penting bagi masyarakat mengenai pariwisata di Kabupaten Blitar. Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar juga harus lebih aktif lagi menggunakan setiap fitur yang ada di media sosial Instagram agar penyampaian informasi pariwisata lebih luas kepada masyarakat dan juga penggunaan media sosial yaitu sebagai komunikasi online, menghubungkan banyak orang, sebagai informasi dan pengetahuan dan sebagai sarana promosi. Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar diharapkan agar lebih mendukung kegiatan promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Budaya Pemuda dan Olah Raga (DISPARBUDPORA) Kabupaten Blitar sehingga media sosial yang digunakan Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar dapat lebih bermanfaat lagi mengeksplorasi pariwisata di Kabupaten Blitar dan meningkatkan kunjungan wisatawan melalui penggunaan media sosial Instagram dalam penyebaran informasi terkait promosi pariwisata dan budaya di Kabupaten Blitar yang telah dilakukan oleh Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar melalui akun media sosial Instagram.

Penyampaian informasi yang dahulu hanya dapat dilakukan kepada beberapa orang kini dapat disampaikan ke milyaran manusia. Penyampaian pesan yang disampaikan oleh Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar kepada sesama pengguna media sosial Instagram merupakan alat komunikasi yang banyak digunakan saat ini sebagai media promosi. Penggunaan komunikasi online dengan memanfaatkan media sosial atau jejaring sosial, semua orang bisa melakukan komunikasi secara online, seperti *chatting*, pemberitahuan sebuah informasi dan lain-lain. Dengan adanya komunikasi online menurut Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar merupakan salah satu sarana untuk menyampaikan informasi karena dapat berkomunikasi melalui fitur yang ada di Instagram sehingga Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar dapat berinteraksi dengan pengguna media sosial lainnya melalui fitur-fitur seperti komentar, like, repost dan juga pesan. Interaksi Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar dengan pengguna media sosial Instagram tersebut yaitu menanyakan lokasi wisata, penginapan, biaya tiket masuk, promo wisata dan lain-lain. Dari adanya interaksi tersebut menjadi harapan dari Tourism Information Center (TIC) Kabupaten

Blitar bahwa penggunaan media sosial Instagram sangat bermanfaat bagi mereka dan juga komunikasi online dirasa sangat efektif memberikan informasi karena menghubungkan banyak orang dan media sosial memberikan kemudahan dalam hubungan sosial dengan pengguna yang bisa membuat seluruh dunia terhubung.

Hubungan sosial sangat penting menurut Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar dalam penggunaan media sosial karena adanya followers di media sosial maka konten yang diunggah Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar penyebarannya sangat luas dan dapat dilihat puluhan ribu orang yang menjadi tujuan promosi pariwisata agar mengetahui informasi pariwisata, bergabung dengan komunitas pariwisata sehingga adanya minat kunjungan wisatawan. Sebagai informasi dan pengetahuan media sosial memberikan kemudahan dalam hubungan sosial dengan pengguna yang membuat seluruh dunia terhubung. Media sosial berisi informasi, berita, ilmu pengetahuan dan kabar terkini akan lebih cepat menyebar jika dibandingkan media elektronik lainnya. Penggunaan media sosial oleh Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar yang berisikan konten-konten terkait dengan kepariwisataan dan budaya yang ada di akun media sosial Instagram memiliki jumlah respon pengguna Instagram yang sangat besar sehingga interaksi dengan pengguna terjadi setiap hari melalui fitur-fitur di Instagram. Dengan demikian fungsi media sosial sebagai informasi dari konten akun Instagram Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar juga tidak hanya promosi melalui event, destinasi atau edukasi wisata. Sebagai sarana promosi dalam media sosial tidak lagi terdengar asing, karena ini sudah menjadi salah satu perannya, memperkenalkan produk baru, mempromosikan blog-blog tempat wisata dan lain sebagainya.

Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar di dalam setiap kegiatannya berupa konten dari objek wisata, festival budaya, event, kegiatan sosial ataupun edukasi dalam setiap mempromosikan di akun media sosial Instagram Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar yang secara langsung merekam, mengedit, menyajikan gambar maupun video yang direncanakan untuk di posting. Untuk memberikan informasi yang sebaik-baiknya maka Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar mengimplementasikan program pada akun Instagramnya yang meliputi:

a. Menciptakan awareness

Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar melakukan kegiatan dengan beberapa blogger dan *influencer* yang bertujuan menciptakan jaringan di seluruh Indonesia.

b. Pola Update

Pola update akun Instagram Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar dilakukan dengan menyesuaikan timeline yang memang telah dipersiapkan dalam waktu satu tahun. Timeline yang berisikan konten, foto-foto dan video yang telah ditentukan, hingga waktu untuk merepost foto atau video dari follower yang dipilih oleh admin. Jumlah foto yang diunggah akun Instagram Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar yaitu 2 hingga 3 foto dalam sehari dengan waktu yang ditentukan sesuai timeline, sedangkan video diunggah dalam waktu minimal satu minggu sekali atau setiap ada kegiatan atau event pariwisata.

c. Strategi penulisan caption

Penulisan caption dalam akun Instagram Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar dengan menggunakan bahasa promosi yang baik. Hal ini diharapkan agar dapat menciptakan engagement kepada para follower seperti adanya interaksi dengan follower memberikan respon pada setiap konten yang diunggah. Bahasa promosi dengan memberikan fakta-fakta menarik mengenai konten yang diunggah, dan menulis caption dalam bentuk pertanyaan dianggap sangat efektif menciptakan interaksi dengan follower karena kolom akan langsung ramai dengan respon dari follower.

d. Interaksi dengan sesama follower.

Adanya caption berupa pertanyaan ataupun fakta maka pada kolom komentar akan muncul para pengguna yang me-mention username pengguna lainnya dikarenakan mereka saling berinteraksi membahas foto atau video yang diunggah tersebut sehingga admin terbantu karena tidak perlu menjawab pertanyaan dari follower. Admin juga tentu tetap melakukan interaksi walaupun sudah terbantu oleh para follower.

e. Monitoring dan evaluasi

Monitoring dilakukan setiap hari oleh admin yang mengelola akun Instagram Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar. Setiap komentar yang berisi masukan langsung di forward ke Dinas Pariwisata Budaya Pemuda dan Olah Raga (DISPARBUDPORA) Kabupaten Blitar dan akan dievaluasi oleh dinas.

Jadi dapat disimpulkan bahwa strategi promosi merupakan aktivitas-aktivitas atau pendekatan-pendekatan yang digunakan untuk mencapai target yaitu dapat menyampaikan atau menginformasikan suatu produk ke pasar sasaran yang dapat mendorong orang untuk bertindak. Hal itulah yang dilakukan Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar dalam mencapai target melalui aktivitas promosi pariwisata menggunakan Instagram yaitu menentukan aktivitas-aktivitas atau cara-cara pendekatan bisnis untuk mencapai kinerja yang memuaskan yaitu menciptakan awareness dan meningkatkan jumlah wisatawan di Kabupaten Blitar dengan cara menyampaikan atau sasaran tentang keistimewanya untuk mendorong orang bertindak.

Tujuan promosi (Basu, 2001) yang pertama adalah modifikasi tingkah laku. Kegiatan promosi yang dilakukan dengan sebagai usaha untuk mengubah tingkah laku yang sudah ada. Penjualan akan selalu berusaha memberikan kesan baik pada produk yang dijualnya. Dari konten akun Instagram Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar tentu dapat mengubah tingkah laku orang lain. Hal ini tidak jarang terjadi karena orang yang awalnya tidak ingin berwisata karena melihat foto ataupun video keindahan dan keberagaman pariwisata di Kabupaten Blitar menjadi ingin berlibur ataupun berwisata. Kemudian tujuan kedua yaitu untuk memberi tahu. Kegiatan promosi yang ditujukan untuk memberitahukan pasar yang ditujukan untuk memberitahukan pasar yang dituju tentang penawaran perusahaan. Promosi yang bersifat informasi umumnya lebih sesuai dilakukan pada tahap-tahap awal dalam siklus kehidupan produk. Setiap foto atau video yang diunggah di akun Instagram Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar pada kolom caption pasti terdapat informasi yang menjelaskan dan mendeskripsikan gambar tersebut seperti foto kuliner dituliskan bagaimana cara follower mendapatkan makanan tersebut. Selanjutnya yaitu membujuk. Promosi yang bersifat membujuk ini diarahkan untuk mendorong pembelian. Hal ini dilakukan agar dapat memberi pengaruh yang cukup lama. Hal ini dilakukan dengan menciptakan interaksi untuk menciptakan hubungan yang baik dalam jangka waktu yang lama. Yang terakhir yaitu untuk mengingatkan. Promosi yang bersifat mengingatkan akan dilakukan untuk mempertahankan produk wisata di hati masyarakat dengan tujuan untuk mempertahankan minat kunjungan wisatawan yang ada.

Jadi secara singkat promosi berkaitan dengan upaya orang dapat mengenal produk perusahaan, lalu memahaminya kemudian berubah sikap menyukai dan yakin untuk membeli. Dengan menggunakan akun Instagram Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar follower akan diingatkan bahwa Kabupaten Blitar tidak hanya memiliki keindahan alam tetapi juga beragam kebudayaan dan wisata buatan modern yang juga dapat dijadikan tujuan berwisata.

## **SIMPULAN**

Penggunaan media sosial instagram sebagai media promosi pariwisata dapat dimanfaatkan secara maksimal dalam penyampaian konten promosi, pembuatan isi konten yang menarik, penggunaan fitur dalam bentuk foto, video seperti informasi pariwisata, budaya, event dan lain-lain. Dengan tujuan penggunaan media sosial instagram tersampaikan secara maksimal kepada para pengguna media sosial instagram dan konten promosi penyebarannya efektif. Peran Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar dalam mempromosikan pariwisata dilakukan melalui program-program kerja Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar kemudian dijadikan sebagai promosi untuk memberikan informasi-informasi kepariwisataan. Dengan adanya penggunaan media sosial instagram diharapkan Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar agar selalu memperhatikan isi konten promosi di media sosial instagram, lebih memberikan konten-konten mengenai objek wisata agar kunjungan wisatawan lebih banyak lagi sehingga visi dan misi Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar dapat terwujud dengan menjalankan perannya. Adanya dukungan dari Dinas Pariwisata Budaya Pemuda dan Olah Raga (DISPARBUDPORA) Kabupaten Blitar, pihak swasta dan media agar lebih mendukung kegiatan promosi Tourism Information Center (TIC) Kabupaten Blitar.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ardianto, E. (2010). Metodologi Penelitian untuk Public Relations. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Basu, I. &. (2001). Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta.
- Budiargo, D. (2015). Berkomunikasi ala Net gENERATION. Jakarta: Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.
- Levy, P. (2010). New Media Teori dan Aplikasi. Jakarta: Erlangga.
- Naingolan, Y. (2018). Penggunaan Media Sosial Instagram untuk Menunjang Peran Duta Wisata 2016-2017 dalam Mempromosikan Pariwisata di Kalimantan Timur. eJournal Ilmu Komunikasi Volume 6 Nomor 3, 136-148.
- Nasrullah, R. (2015). Media Sosial Perspektif Komunikasi Budaya dan Teknologi. Jakarta: Simbiosis.
- Sadiman, A. S. (2012). Media Pendidikan. Jakarta: Raja Grafindo.
- Sugiyono. (2002). Metode Penelitian Administrasi. Bandung: Alfabeta.

# Peran Tourism Information Center (PIC) pada Gangguan Media Sosial Instagram dalam Mempromosikan Pariwisata Kabupaten Blitar

## ORIGINALITY REPORT

12%

SIMILARITY INDEX

12%

INTERNET SOURCES

%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="https://repository.uir.ac.id">repository.uir.ac.id</a> Internet Source	4%
2	<a href="https://repository.umj.ac.id">repository.umj.ac.id</a> Internet Source	2%
3	<a href="https://hudda7x.wordpress.com">hudda7x.wordpress.com</a> Internet Source	2%
4	<a href="http://www.dictio.id">www.dictio.id</a> Internet Source	2%
5	<a href="https://jurnal.yudharta.ac.id">jurnal.yudharta.ac.id</a> Internet Source	2%

Exclude quotes Off

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On