

## **Promosi Wisata Jawa Tengah Melalui Akun Instagram Disporapar Jateng**

**Ray Riza Ghani Rahmaditya<sup>1</sup> Rahmawati Zulfiningrum<sup>2</sup>**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Dian Nuswantoro, Kota Semarang, Provinsi Jawa  
Tengah, Indonesia<sup>1,2</sup>

Email: [rayrizagr@gmail.com](mailto:rayrizagr@gmail.com)<sup>1</sup> [rahmawati.zulfiningrum@dsn.ac.id](mailto:rahmawati.zulfiningrum@dsn.ac.id)<sup>2</sup>

### **Abstrak**

Jawa Tengah memiliki beragam destinasi pariwisata menarik untuk dikunjungi wisatawan. Disporapar Jateng melakukan promosi pariwisata dengan memanfaatkan media Instagram sebagai sarana promosi. Penelitian ini menggunakan teori Determinasi Teknologi yang berfokus pada: 1) Perubahan Teknologi Manusia, 2) Perubahan dalam Berbagai Komunikasi, 3) Munculnya Peralatan Komunikasi oleh Manusia. Didukung dengan teori Bauran Promosi 7P (Promotion Mix) yaitu 1) Penyedia Jasa. 2) Proses. 3) Fasilitas Pendukung Secara Fisik. 4) Produk. 5) Harga. 6) Saluran Distribusi. 7) Promosi. Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif dan pendekatan Netnografi melalui teknik pengumpulan data online melalui observasi *followers* seperti like, komentar dan bagikan serta interaksi admin Instagram Disporapar Jateng dengan *followers*, analisis konten untuk mengidentifikasi jenis konten, gaya visual, dan penyampaian pesan setiap postingan. Pengambilan data juga dilakukan melalui wawancara mendalam dan dokumentasi. Hasil penelitian Determinasi Teknologi pada Disporapar Jateng: 1) Perubahan Teknologi Manusia, Memperbarui perangkat untuk produksi konten di Instagram, 2) Perubahan dalam Berbagai Komunikasi, Promosi destinasi wisata Jawa Tengah dilakukan online melalui media Instagram, 3) Munculnya Peralatan Komunikasi oleh Manusia, Website "visitjawatengah.jatengprov.go.id" sebagai terobosan baru informasi Jawa Tengah. Melalui Bauran Promosi 7P (Promotion Mix), membagi elemen dari tenaga kerja Kehumasan dan Pemasaran melakukan liputan pada destinasi wisata Jawa Tengah untuk dipasarkan. Keuangan biaya operasional diatur dalam rangka produksi konten, SDM dan keperluan lainnya. Produk berupa konten *feed* Instagram berisi kota Jawa Tengah dan keunikan kota seperti destinasi pariwisata dan kuliner khususnya. Melalui Determinasi Teknologi, penggunaan teknologi dalam komunikasi di media Instagram oleh Disporapar Jateng untuk menjangkau audiens lebih luas dan penerapan Bauran Promosi 7P agar penerapan promosi sesuai dengan tujuh elemen bauran promosi.

**Kata Kunci:** Central Java, Central Java Disporapar, Instagram, Tourism



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

### **PENDAHULUAN**

Peningkatan teknologi informasi terus berjalan seiring berkembangnya jaman, sehingga segala aktivitas manusia melibatkan perangkat teknologi. Perkembangan tersebut memunculkan beragam media baru diantaranya adalah *platform* media sosial, seperti Whatsapp, Facebook, Twitter, Youtube dan Instagram. Berdasarkan survei oleh Pusat Kajian Komunikasi UI bekerja sama dengan APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) memaparkan jumlah pengguna Internet di Indonesia sebesar 88,1 juta (Atiko et al., 2016). Pengguna Internet yang cukup besar mendorong penggunaan komunikasi massa sebagai pengantar pesan serta informasi melalui media sosial karena distribusi yang luas dan *realtime*. Media sosial mampu membentuk komunitas maupun kelompok melalui jejaring internet oleh sekumpulan orang yang memiliki minat maupun tujuan yang serupa. Media sosial menjadi sarana masyarakat untuk berbagi informasi berwujud teks, gambar, audio hingga audio visual untuk dibagikan kepada penerima baik individu maupun perusahaan atau

sebaliknya. Salah satu bentuk media sosial yaitu Instagram. Salah satu pemanfaatan media Instagram adalah sebagai pusat informasi dengan memanfaatkan fitur *create content* berwujud foto atau video. Melalui media sosial Instagram, perubahan terjadi pada macam komunikasi untuk membentuk keberadaan individu maupun kelompok menjadi lebih maju ke abad teknologi yang baru. Menurut Marshall McLuhan, perubahan ini memiliki tahapan.

Pertama, penemuan teknologi komunikasi merubah budaya. Kedua, kehidupan manusia terbentuk dari perubahan dalam jenis-jenis komunikasi. Ketiga, peralatan komunikasi di bentuk oleh manusia untuk kehidupan mereka sendiri. Badan pemerintah Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Jawa Tengah atau disingkat Disporapar Jateng merupakan organisasi kedinasan yang memiliki kewajiban untuk memenuhi urusan pemerintahan daerah Jawa Tengah berpusat asas otonomi dan tugas untuk membantu dalam bidang Pemuda, Olahraga, Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Selain itu, kewajiban Disporapar Jateng adalah melakukan promosi kepada masyarakat seperti promosi destinasi pariwisata di Jawa Tengah melalui Instagram. Pariwisata sendiri memiliki ciri tertentu, yaitu perjalanan dilakukan sementara waktu dari suatu tempat ketempat lain dengan untuk menghabiskan waktu senggang dengan rekreasi, bukan untuk mencari uang (Ratnawati & Mardiana, 2022). Dengan memanfaatkan teknologi yang tersedia dan teknik pemasaran promosi, Disporapar Jateng menggunakan Instagram sebagai sarana promosi mereka dalam bentuk konten *feed*. Melalui promosi ini, konten dibuat semenarik mungkin melalui proses editing *software* dan menyesuaikan dengan selera audiens agar menarik perhatian mereka untuk melihat konten yang dibuat. Bentuk konten adalah memperkenalkan berbagai destinasi wisata dan kuliner di kota Jawa Tengah kepada wisatawan untuk menarik minat daya kunjung mereka. Selain menarik minat kunjung, promosi tersebut dapat mendorong perekonomian masyarakat sekitar melalui destinasi wisata yang ditawarkan dan usaha kuliner khas oleh masyarakat di kota Jawa Tengah tersebut. Berdasarkan pada kegiatan promosi yang dilakukan oleh Disporapar Jateng di Instagram, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui peran perkembangan teknologi komunikasi dan bauran promosi 7P dalam kegiatan promosi destinasi wisata Jawa Tengah. Penelitian dibatasi untuk pekerja di Disporapar Jateng dan *followers* akun Instagram Disporapar Jateng. Observasi juga dilakukan pada respon *like*, komentar dan *share followers* terkait konten promosi di Instagram, dengan batasan waktu dari bulan November hingga Desember 2023 untuk menentukan interaksi terbanyak *followers* pada akun Disporapar Jateng.

## **Landasan Teori**

### **Determinasi Teknologi**

Teori ini mengacu pada perubahan perkembangan teknologi dari waktu ke waktu untuk memberikan pengaruh dalam kehidupan masyarakat. Teori ini dikemukakan oleh Marshall McLuhan pada tahun 1962 melalui gagasannya bahwa perubahan dalam cara komunikasi akan membentuk keberadaan individu tersebut. (Meisyaroh, 2013) menjelaskan terdapat perubahan dalam cara individu berkomunikasi melalui pemikiran dan perilaku dengan teknologi dalam masyarakat untuk bergerak dari satu abad teknologi ke teknologi abad yang lain. Marshall McLuhan mengekspresikan budaya melalui cara komunikasi manusia. Pertama, penemuan teknologi komunikasi memberikan dampak pada perubahan budaya. Kedua, cara berkomunikasi berubah dan membentuk kehidupan manusia. Ketiga, manusia menyusun alat komunikasi dan digunakan untuk membentuk dan mempengaruhi kehidupan manusia sendiri. Teknologi komunikasi memberikan pesan dan susunan terhadap bagaimana manusia berperilaku (Karen A. Foss, Stephen W. Littlejohn, Encyclopedia Of Communication Theory)

Teori Utama Determinasi of Tecnology memberikan acuan kepada penelitian ini

mengenai memberikan dampak dalam cara pembentukan keberadaan individu melalui pikiran untuk berperilaku didalam masyarakat untuk mengembangkan teknologi, dan dapat mengenal budaya bagi orang banyak tentang mengenai “Strategi Promosi Pariwisata Jawa Tengah Melalui Akun Instagram Disporapar Jateng”. Dalam hal ini dapat dikatakan pengaruh yang besar dalam membentuk promosi yang dilakukan oleh Disporapar Jateng dalam meningkatkan atensi destinasi pariwisata yang ada di Provinsi Jawa Tengah

### **Bauran Promosi 7P (Promotion Mix)**

Pengertian bauran pemasaran menurut Kotler “adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasarannya (Murtini et al., 2019). Dimensi Bauran Pemasaran 7P menurut Kotler dalam Murtini et al (2019) Kegiatan ini merupakan kombinasi arus informasi secara keseluruhan yang hanya dilakukan pada satu institusi maupun individu tertentu. Alat-alat promosi didalamnya merupakan perpaduan khusus yang digunakan dalam suatu perusahaan untuk mengantarkan pesan atau informasi berupa value pada konsumen secara persuasif dalam rangka membangun hubungan dengan konsumen (Murtini et al 2019) terdapat 7 tools pada bauran promosi:

1. Produk (Product) Definisi produk menurut Philip Kotler adalah “A product is a thing that can be offered to a market to satisfy a want or need”. Produk adalah sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, pembelian, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.
2. Harga (Price) Harga menurut Kotler adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa.
3. Promosi (Promotion) Promosi menurut Sistaningrum, adalah suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen aktual maupun konsumen potensial agar mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan saat ini atau dimasa yang akan datang.
4. Saluran Distribusi (Place) Pengertian saluran distribusi menurut Nitisemito, adalah lembaga-lembaga distributor atau lembaga-lembaga penyalur yang mempunyai kegiatan untuk menyalurkan atau menyampaikan barang-barang atau jasa-jasa dari produsen ke konsumen.
5. Proses (Process) Process menurut Nirwana merupakan variabel yang penting dalam perusahaan jasa yang erat berkaitan dengan aktivitas atau kinerja Aktivitas proses dapat melibatkan unsur prosedur, tugas, rencana kerja, mekanisme dan juga aktivitas.
6. Petugas Penyedia Jasa (People) Petugas penyedia jasa menurut Nirwana, “keberadaan tidak dapat dilepaskan dari peran serta people atau petugas penyedia jasa. Untuk memenuhi keinginan pelanggan jasa, petugas penyedia jasa diharapkan mampu menerjemahkan keinginan pelanggan dalam bentuk pelayanan atau jasa.”
7. Fasilitas Pendukung Secara Fisik (Physical Evidence) Perwujudan jasa dapat dilihat dalam keterkaitan antara janji yang telah disampaikan oleh pemberi atau penyedia jasa dengan pelanggan. Jasa yang disampaikan kepada pelanggan tidak dapat dipisahkan dengan fasilitas pendukung secara fisik (physical evidence)

### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan Netnografi (Sugiono 2016). Teknik pengambilan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi, Teknik keabsahan data untuk penelitian ini menggunakan triangulasi dan

reduksi data. Subyek penelitian ini sebagian dari karyawan analisis pariwisata, pengelola layanan kehumasan, *follower* akun Instagram berupa mahasiswa dan guru untuk menjadi informan peneliti

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Perubahan Teknologi Manusia**

Dalam konteks pemasaran pariwisata Jawa Tengah melalui akun Instagram Disporapar Jateng, Peningkatan Kualitas Gambar dan Video: Perangkat fotografi dan videografi yang canggih dapat membantu dalam menghasilkan konten yang menarik dan berkualitas tinggi untuk menarik perhatian pengguna Instagram. Pemanfaatan Fitur Interaktif Instagram Penggunaan fitur-fitur seperti Stories, IGTV, dan Reels untuk menjangkau khalayak dengan cara yang lebih interaktif dan dinamis. Penggunaan Filter dan Efek Khusus Aplikasi pengeditan gambar yang canggih memungkinkan pengguna untuk menambahkan filter dan efek khusus guna menciptakan tampilan yang lebih menarik dan unik. Kolaborasi dengan Influencer Melibatkan influencer yang memiliki jumlah pengikut yang besar dapat membantu meningkatkan visibilitas konten pariwisata Jawa Tengah di Instagram. Pemantauan analitik menggunakan alat analitik yang tersedia untuk memahami perilaku pengguna dan menyesuaikan strategi promosi berdasarkan data tersebut.

Berdasarkan paparan diatas menyatakan perkembangan teknologi dalam mendukung sektor pariwisata di Jawa Tengah. Pengakuan bahwa platform digital kreatif telah meningkatkan efektivitas konten Disporapar dan menarik minat banyak orang menunjukkan kesadaran akan peran teknologi dalam meningkatkan daya tarik destinasi pariwisata. Pemahaman tentang perlunya terus memperbarui teknologi untuk mendukung pertumbuhan sektor pariwisata juga merupakan wawasan yang penting. Kesadaran akan potensi teknologi untuk meningkatkan akses informasi pariwisata kepada masyarakat serta mendorong jumlah kunjungan merupakan pandangan yang positif dan progresif.

### **Perubahan Dalam Berbagai Komunikasi**

Teori Determinasi Teknologi juga memberikan pemahaman bahwa teknologi komunikasi telah mengubah cara komunikasi dan membentuk kehidupan manusia. Sarana Penyebaran Luas Instagram memiliki jutaan pengguna aktif di seluruh dunia, sehingga menjadi platform yang sangat efektif untuk menjangkau khalayak secara luas. Dengan memanfaatkan media sosial ini, promosi pariwisata Jawa Tengah dapat mencapai audiens yang beragam dan bahkan internasional. Kecepatan Penyebaran Informasi Dalam era digital, informasi dapat disampaikan dengan cepat dan langsung melalui platform seperti Instagram. Posting gambar, video, atau cerita mengenai destinasi pariwisata dapat langsung diakses oleh pengguna, membantu dalam mempercepat penyebaran pesan, Fleksibilitas dan Cepat Tanggap Instagram memungkinkan pengguna untuk mengupdate konten dengan cepat. Pihak Disporapar Jawa Tengah dapat dengan mudah merespons tren terkini, peristiwa khusus, atau perubahan lainnya dalam waktu nyata, menjadikan promosi lebih relevan dan up-to-date. Pesan yang Dapat Disimpan Konten promosi pariwisata yang diunggah di Instagram dapat disimpan oleh pengguna dalam akun mereka. Hal ini memungkinkan mereka untuk kembali melihat dan merencanakan kunjungan ke destinasi pariwisata Jawa Tengah dalam waktu yang lebih panjang, memberikan kesan yang lebih mendalam. Interaktif dan Keterlibatan Pengguna Instagram menyediakan fitur-fitur interaktif seperti polling, pertanyaan, dan komentar yang dapat digunakan untuk berinteraksi dengan pengguna. Hal ini dapat meningkatkan keterlibatan pengguna, mendorong mereka untuk berpartisipasi dalam diskusi, dan membangun komunitas yang berhubungan dengan pariwisata Jawa Tengah.

Berdasarkan paparan diatas menyatakan penggunaan media sosial, khususnya

Instagram, dalam mempromosikan pariwisata. Kesadaran akan pentingnya konten yang menarik, informatif, dan visual yang menarik menunjukkan pemahaman yang kuat tentang preferensi audiens online. Pengakuan akan kebutuhan untuk terus belajar dan memperbaiki kualitas konten, termasuk keterampilan dalam fotografi dan pengeditan, menunjukkan komitmen untuk menyajikan konten yang menarik dan berkualitas. Dorongan untuk menyertakan informasi harga tiket masuk dan detail menarik lainnya menunjukkan kesadaran akan kebutuhan pengguna akan informasi praktis. Kesimpulannya, ulasan ini mencerminkan kesadaran yang baik tentang peran media sosial dalam mempromosikan pariwisata dan tekad untuk terus meningkatkan kualitas konten untuk mencapai hasil yang lebih efektif.

### **Munculnya Peralatan Komunikasi Oleh Manusia**

Melalui teori Determinasi Teknologi, Disporapar Jateng dapat memahami bagaimana penggunaan teknologi komunikasi, khususnya platform media sosial seperti Instagram, dapat memberikan dampak yang signifikan dalam pengembangan pariwisata. Informasi yang Mendalam Situs web memiliki kapasitas untuk menyajikan informasi yang lebih mendalam dan terperinci mengenai destinasi pariwisata di Jawa Tengah. Pengguna dapat menemukan detail lebih lanjut, seperti objek wisata, aktivitas, akomodasi, dan informasi praktis lainnya. Integrasi Multimedia Situs web dapat mengintegrasikan berbagai jenis media, termasuk foto, video, dan materi multimedia lainnya, memberikan pengalaman yang lebih kaya kepada pengunjung situs. Hal ini dapat membantu menarik perhatian dan memperdalam pemahaman pengguna tentang daya tarik pariwisata di Jawa Tengah. Keandalan dan Kredibilitas Situs web resmi pemerintah Provinsi Jawa Tengah umumnya dianggap lebih andal dan kredibel, yang dapat meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap informasi yang disampaikan. Ini penting dalam membangun citra positif destinasi pariwisata. Aksesibilitas dan Keberlanjutan Informasi yang dipublikasikan di situs web dapat diakses secara terus menerus oleh pengguna, memberikan keberlanjutan dalam menyediakan informasi pariwisata. Ini berbeda dengan konten sementara di media sosial yang mungkin cepat terlupakan.

Berdasarkan paparan diatas menyatakan penggunaan kata kunci yang tepat dalam caption postingan untuk meningkatkan pemahaman dan efektivitas informasi yang disampaikan kepada audiens. Hal ini menunjukkan kesadaran akan kebutuhan untuk meningkatkan kualitas konten dari segi desain dan isi. Pemahaman tentang pentingnya daya tarik informasi yang dapat diakses oleh berbagai kalangan menunjukkan kesadaran yang baik akan diversitas audiens yang mungkin dijangkau melalui platform media sosial. Selain itu, kesadaran akan pentingnya keterlibatan dan interaksi (engagement) di media sosial, seperti like, komentar, dan berbagi, menunjukkan pemahaman tentang pentingnya meningkatkan interaksi dengan pengikut dan audiens potensial. Pemahaman tentang dampak positif dari reposting konten oleh pengguna lain dalam penyebaran informasi pariwisata menunjukkan kesadaran yang baik tentang cara memperluas jangkauan informasi pariwisata. Adanya kesadaran bahwa penggunaan perangkat tambahan selain ponsel mungkin diperlukan untuk meningkatkan kualitas konten, menunjukkan kesadaran tentang kemungkinan pengembangan lebih lanjut dalam bidang teknologi dan infrastruktur. Ulasan tersebut menyampaikan kesadaran yang kuat akan pentingnya pengembangan konten yang lebih baik dan penggunaan strategi yang lebih efektif dalam mempromosikan pariwisata di Jawa Tengah.

### **Analisis Produk Pariwisata Jawa Tengah**

Dalam konteks pariwisata Jawa Tengah, "produk" merujuk pada berbagai destinasi, pengalaman, dan layanan pariwisata yang ditawarkan kepada wisatawan. Produk-produk ini

mencakup beragam objek wisata, acara budaya, kerajinan lokal, dan layanan lainnya yang memenuhi kebutuhan dan keinginan para wisatawan. Dengan mengacu pada teori Philip Kotler, strategi pemasaran melalui Instagram Disporapar Jateng harus mampu menyoroti keunikan dan keindahan setiap produk pariwisata yang ditawarkan untuk menarik perhatian dan minat wisatawan potensial. Berdasarkan paparan di atas menyatakan Pemahaman tentang keterbatasan anggaran untuk promosi pariwisata dari akun Disporapar Jateng menggambarkan kesadaran yang kuat akan tantangan keuangan yang dihadapi dalam mempromosikan destinasi pariwisata. Penekanan pada pentingnya mengelola anggaran dengan cermat, termasuk untuk biaya liputan, transportasi, dan akomodasi, menunjukkan kesadaran yang baik tentang pentingnya pengelolaan keuangan yang efisien dalam upaya promosi pariwisata. Ulasan tersebut mencerminkan pemahaman yang matang tentang pentingnya konten yang beragam dan pengelolaan anggaran yang efisien dalam mendukung promosi pariwisata di Jawa Tengah.

### **Strategi Penentuan Harga Kompetitif**

Dalam konteks pariwisata, penentuan harga yang tepat dapat mempengaruhi daya tarik destinasi pariwisata. Menurut teori Kotler, harga harus mencerminkan nilai yang diberikan kepada pelanggan dari pengalaman wisata yang diperoleh. Disporapar Jateng perlu mempertimbangkan harga yang kompetitif untuk memastikan bahwa nilai yang diberikan oleh destinasi pariwisata Jawa Tengah sebanding dengan harga yang dibayarkan oleh wisatawan. Berdasarkan paparan di atas menyatakan pentingnya penyesuaian konten untuk platform media sosial tertentu, dengan pemahaman bahwa konten yang lebih singkat cocok untuk Instagram, sementara konten yang lebih detail mungkin lebih cocok untuk YouTube. Pemahaman tentang preferensi audiens yang lebih suka konten yang lebih berfokus pada review dan pengalaman yang otentik menunjukkan kesadaran yang baik akan preferensi konten yang lebih populer di kalangan anak muda. Penjelasan tentang strategi visual yang melibatkan tujuan pemasaran, isi pesan, dan format konten menunjukkan pemahaman yang kuat tentang pentingnya merancang konten yang menarik dan informatif. Pemahaman yang baik tentang kebutuhan untuk menampilkan informasi lengkap dan menarik, termasuk atraksi, akomodasi, dan kuliner, menunjukkan kesadaran akan kebutuhan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan beragam audiens. Ulasan tersebut mencerminkan pemahaman yang matang tentang pentingnya adaptasi konten dan penggunaan strategi visual yang efektif dalam mempromosikan pariwisata di Jawa Tengah.

### **Peran Promosi Meningkatkan Kesadaran Pariwisata**

Promosi memainkan peran penting dalam mempengaruhi minat dan keputusan pembelian wisatawan. Dalam konteks pariwisata Jawa Tengah, strategi promosi harus mampu menyoroti keunikan destinasi pariwisata dan menarik perhatian wisatawan potensial. Dengan mengutip pendapat Sistaningrum, Disporapar Jateng harus menggunakan akun Instagram untuk menciptakan konten menarik, kampanye promosi kreatif, dan kolaborasi dengan influencer untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan kesadaran terhadap keindahan pariwisata Jawa Tengah. Berdasarkan paparan di atas menyatakan peran media sosial dalam memfasilitasi promosi dan branding destinasi pariwisata di Jawa Tengah. Pemahaman tentang kontribusi positif media sosial terhadap perkembangan pariwisata menunjukkan kesadaran yang kuat akan pentingnya teknologi digital dalam memajukan industri pariwisata. Ulasan kedua menunjukkan pemahaman tentang variasi preferensi audiens terhadap konten audio dan video, dengan pengakuan bahwa standar kualitas dapat bervariasi tergantung pada preferensi individu. Penekanan pada penggunaan media

profesional menunjukkan kesadaran akan pentingnya kualitas dalam mencapai hasil yang efektif. Ulasan terakhir mencerminkan kerja tim yang kolaboratif dalam pembuatan konten promosi pariwisata. Pemahaman tentang pentingnya kolaborasi antar tim dalam menghasilkan konten yang komprehensif dan berkualitas menunjukkan kesadaran akan peran tim yang beragam dalam mendukung promosi pariwisata Jawa Tengah. Keseluruhan, ulasan-ulasan ini mencerminkan kesadaran yang kuat tentang peran media sosial dan kerja tim kolaboratif dalam mendukung promosi pariwisata dan pengembangan destinasi pariwisata di Jawa Tengah.

### **Optimasi Saluran Distribusi Kemudahan Akses Wisatawan**

Dalam upaya memastikan kenyamanan dan kemudahan akses bagi wisatawan, Disporapar Jateng perlu memperhatikan saluran distribusi yang efisien. Dengan merujuk pada definisi Nitisemito, penting untuk memastikan bahwa informasi dan layanan terkait pariwisata Jawa Tengah tersedia melalui berbagai saluran distribusi, termasuk online dan offline, sehingga wisatawan dapat dengan mudah mengakses informasi dan merencanakan perjalanan. Berdasarkan paparan di atas menyatakan penyesuaian konten sesuai dengan platform media sosial tertentu, dengan pemahaman bahwa Instagram memerlukan konten yang lebih singkat dan konsisten, sementara YouTube memungkinkan konten yang lebih detail. Pemahaman tentang preferensi konten yang lebih menarik, informatif, dan autentik menunjukkan kesadaran yang baik tentang preferensi audiens, terutama di kalangan anak muda yang cenderung suka konten yang lebih spontan dan realistis.

Pengakuan tentang kebutuhan untuk menjelaskan destinasi secara lebih rinci menunjukkan kesadaran yang baik akan kebutuhan audiens akan informasi yang komprehensif dan menarik. Penekanan pada berbagai kegiatan wisata, seperti hiking, canoeing, dan rafting, menunjukkan pemahaman yang baik tentang kebutuhan untuk menampilkan berbagai pilihan aktivitas yang menarik bagi wisatawan dengan minat yang beragam. Permintaan untuk peralatan yang lebih baik, seperti kamera, menunjukkan kesadaran akan pentingnya menggunakan peralatan yang tepat untuk meningkatkan kualitas konten. Ulasan tersebut mencerminkan pemahaman yang matang tentang pentingnya penyesuaian konten, presentasi yang lebih detail, dan penggunaan peralatan yang tepat dalam mendukung promosi destinasi pariwisata di Jawa Tengah.

### **Peningkatan Proses Layanan Pengalaman Wisata lebih baik**

Proses layanan yang efisien dan responsif dapat meningkatkan pengalaman wisatawan selama kunjungan di Jawa Tengah. Dalam konteks ini, Disporapar Jateng harus fokus pada peningkatan proses layanan, termasuk reservasi online, layanan pelanggan yang responsif, dan penanganan keluhan dengan cepat dan efektif. Hal ini dapat membantu menciptakan pengalaman yang lebih positif bagi wisatawan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan citra pariwisata Jawa Tengah. Berdasarkan paparan di atas menyatakan menyoroti keterbatasan anggaran untuk promosi pariwisata dari akun Disporapar Jateng, dengan penekanan pada penggunaan dana untuk biaya liputan, seperti transportasi dan penginapan, menurut tempat yang dikunjungi. Pemahaman tentang pentingnya penyegaran konten dan pembaruan terus-menerus untuk menarik perhatian pengikut media sosial menunjukkan kesadaran yang kuat akan pentingnya terus mengikuti tren dan memperbarui konten secara berkala. Pemahaman tentang pentingnya jangkauan luas dari konten promosi pariwisata, khususnya di luar Jawa Tengah, menunjukkan kesadaran yang baik akan pentingnya menarik perhatian audiens di luar target demografis utama. Kesadaran akan kebutuhan untuk alokasi dana yang memadai

untuk transportasi dan persiapan lainnya menunjukkan pemahaman yang baik tentang kebutuhan sumber daya yang memadai dalam produksi konten yang berkualitas. Ulasan tersebut mencerminkan pemahaman yang matang tentang tantangan keuangan dalam promosi pariwisata, sambil menunjukkan komitmen untuk terus memperbaiki konten dan menarik perhatian dari audiens yang lebih luas. Kesadaran akan pentingnya pengelolaan dana dengan bijaksana dan alokasi sumber daya yang efektif dalam mendukung promosi pariwisata di Jawa Tengah juga terlihat jelas.

### **Peran Petugas Penyedia Jasa Meningkatkan Kepuasan Wisatawan**

Peran petugas penyedia jasa pariwisata tidak dapat diabaikan dalam strategi pemasaran, Disporapar Jateng perlu memastikan bahwa petugas penyedia jasa dilengkapi dengan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk memberikan pelayanan yang memuaskan bagi wisatawan. Pelatihan dan pengembangan karyawan dalam hal keterampilan komunikasi, keramahan, dan pengetahuan produk pariwisata Jawa Tengah dapat membantu meningkatkan kepuasan pengunjung. Berdasarkan paparan di atas menyatakan fokus yang terbagi antara berbagai sektor, termasuk pariwisata, kepemudaan, dan ekonomi kreatif, dalam kegiatan promosi yang dikelola oleh unit kehumasan. Pemahaman tentang pembagian tugas yang jelas antara berbagai bidang menunjukkan kesadaran yang kuat akan pentingnya koordinasi antar unit dalam mendukung promosi pariwisata secara keseluruhan. Penekanan pada perbedaan pengelolaan anggaran antara kegiatan pemasaran dan kegiatan kehumasan menunjukkan pemahaman yang baik tentang perbedaan fokus dan alokasi dana antara departemen yang berbeda. Ulasan tersebut mencerminkan pemahaman yang matang tentang pembagian tugas yang efisien dan fokus yang terfokus untuk memastikan efektivitas promosi pariwisata di Jawa Tengah.

### **Pemanfaatan Fasilitas Pendukung Meningkatkan Pengalaman Wisatawan**

Dalam konteks pariwisata, fasilitas pendukung secara fisik memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman yang positif bagi wisatawan. Dengan mengacu pada konsep "Physical Evidence", Disporapar Jateng harus memastikan bahwa fasilitas-fasilitas pendukung seperti akomodasi, restoran, dan sarana transportasi di Jawa Tengah memenuhi standar kualitas yang diharapkan oleh wisatawan. Melalui akun Instagram, Disporapar Jateng dapat memperlihatkan fasilitas-fasilitas tersebut secara visual, memberikan kesan positif kepada calon wisatawan dan meningkatkan minat untuk mengunjungi Jawa Tengah. Berdasarkan paparan di atas menyatakan menyoroti kebutuhan akan peralatan yang memadai, seperti kamera, untuk meningkatkan kualitas konten terkait dengan kegiatan wisata, seperti hiking, canoeing, dan rafting. Pemahaman tentang kebutuhan akan peralatan yang lebih baik menunjukkan kesadaran yang kuat akan pentingnya penggunaan peralatan yang memadai untuk menghasilkan konten visual yang menarik dan berkualitas. Pemahaman tentang berbagai tema wisata, termasuk wisata religi, wisata alam, wisata budaya, wisata minat khusus, wisata kuliner, dan wisata belanja, menunjukkan kesadaran yang baik akan kebutuhan untuk menyajikan beragam pilihan destinasi bagi berbagai jenis wisatawan. Pemahaman tentang profil demografis target, termasuk kelompok usia 18-40 tahun yang mayoritas adalah pria, menunjukkan kesadaran yang baik tentang audiens yang dituju dan preferensi yang mungkin diinginkan dari berbagai kelompok demografis. Keseluruhan, ulasan-ulasan ini mencerminkan kesadaran yang matang tentang pentingnya penggunaan peralatan yang memadai dan pemahaman yang baik tentang preferensi dan kebutuhan audiens dalam promosi pariwisata di Jawa Tengah.

### **Peran Media Sosial dalam Pemasaran Pariwisata**

Hadirnya era digital telah mengubah paradigma pemasaran, terutama dalam sektor pariwisata. Dengan fokus pada analisis strategi pemasaran pariwisata Jawa Tengah melalui akun Instagram Disporapar Jateng, perlu dipahami peran media sosial dalam memperluas jangkauan dan meningkatkan kesadaran terhadap destinasi pariwisata. Fenomena penggunaan media sosial yang signifikan di Indonesia, khususnya Instagram, membuktikan potensi platform ini sebagai alat penting dalam mempromosikan pariwisata. Berdasarkan paparan di atas menyatakan kesan positif terhadap konten promosi destinasi pariwisata yang dikelola oleh Disporapar Jateng, dengan penekanan pada pentingnya menarik minat pengikut dengan konten yang unik dan berbeda. Pemahaman tentang pentingnya variasi dalam konten promosi menunjukkan kesadaran yang kuat akan kebutuhan untuk menarik perhatian dan mempertahankan minat audiens. Pengakuan tentang penggunaan peralatan sederhana, seperti ponsel cerdas, dan aplikasi penyuntingan yang tersedia di Play Store, seperti Canva, menunjukkan kesadaran akan pentingnya menggunakan alat yang tersedia untuk menciptakan konten yang menarik secara visual. Ulasan tersebut mencerminkan kesadaran yang matang tentang pentingnya kreasi yang konsisten dan penggunaan alat yang tersedia untuk mendukung promosi destinasi pariwisata di Jawa Tengah.

### **Pentingnya Kehadiran Online Pariwisata**

Dalam era di mana konektivitas internet semakin meluas, kehadiran online telah menjadi faktor penting dalam strategi pemasaran pariwisata. Data statistik yang menunjukkan jumlah pengguna ponsel yang tinggi di Indonesia mengindikasikan pentingnya memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram untuk menjangkau khalayak yang lebih luas. Kehadiran online tidak hanya memperluas jangkauan, tetapi juga membuka peluang baru untuk interaksi langsung dengan calon wisatawan, memperkenalkan destinasi, dan memberikan informasi yang relevan. Berdasarkan paparan di atas menyatakan perbedaan antara interaksi melalui komentar dan pesan langsung (DM) di media sosial, dengan penekanan pada preferensi pengguna untuk mengirim pesan langsung untuk pertanyaan atau diskusi yang lebih intim. Pemahaman tentang kebutuhan untuk memberikan respon yang cepat dan informatif melalui DM menunjukkan kesadaran yang kuat akan pentingnya memberikan pelayanan yang responsif dan mendalam kepada audiens. Pengakuan tentang kebutuhan untuk memberikan informasi yang akurat dan mendalam, terutama melalui pesan langsung, menunjukkan kesadaran yang baik akan pentingnya memenuhi kebutuhan informasi dan pertanyaan audiens secara personal. Ulasan tersebut mencerminkan pemahaman yang matang tentang preferensi interaksi pengguna dan pentingnya memberikan respon yang baik dan informatif untuk mendukung promosi destinasi pariwisata di Jawa Tengah.

### **Kontribusi Media Sosial Dalam Meningkatkan Kesadaran Pariwisata**

Dengan dukungan teori-teori dari beberapa ahli, termasuk Antony Mayfield dan Philip Kotler, dapat dilihat bagaimana media sosial telah berperan dalam meningkatkan kesadaran terhadap pariwisata. Media sosial memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi, berbagi informasi, dan membentuk komunitas virtual yang dapat memberikan dampak positif dalam mempromosikan destinasi pariwisata. Dalam konteks ini, peran Instagram sebagai alat komunikasi visual memainkan peran penting dalam memperkenalkan keindahan dan daya tarik pariwisata Jawa Tengah kepada audiens global. Berdasarkan paparan di atas menyatakan pemahaman yang baik tentang kebutuhan perangkat untuk membuat konten promosi destinasi pariwisata. Pengakuan tentang penggunaan perangkat yang umum, termasuk ponsel

cerdas, kamera mirrorless, dan drone, menunjukkan kesadaran yang kuat akan pentingnya penggunaan peralatan yang memadai untuk menghasilkan konten yang menarik dan berkualitas. Pemahaman tentang kecukupan peralatan yang tersedia, seperti ponsel cerdas, kamera, dan drone, menunjukkan kesadaran akan pentingnya menggunakan peralatan yang tepat untuk memastikan kualitas konten yang baik. Ulasan tersebut mencerminkan kesadaran yang matang tentang pentingnya peralatan yang memadai dan penggunaan sumber daya yang ada secara efektif untuk mendukung promosi destinasi pariwisata di Jawa Tengah.

### **Pentingnya Promosi dalam Pemasaran Pariwisata**

Dalam konteks pemasaran pariwisata Jawa Tengah melalui akun Instagram Disporapar Jateng, penting untuk memahami peran promosi sebagai salah satu teknik utama dalam membangun kesadaran dan minat wisatawan terhadap destinasi pariwisata. Dengan mengutip pemahaman dari Tjiptono, promosi di sini mencakup kegiatan komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk mengingatkan dan mempengaruhi target pasar untuk mengambil keputusan kunjungan dan pembelian. Dalam era digital, Instagram dapat menjadi platform yang efektif untuk menyampaikan pesan promosi kepada khalayak yang lebih luas. Berdasarkan paparan di atas menyatakan peran ganda akun Instagram Disporapar Jateng, dengan penekanan pada informasi yang disampaikan secara komprehensif tentang pariwisata, kepemudaan, olahraga, dan ekonomi kreatif. Pemahaman tentang kerja sama antara akun "Disporapar Jateng" dan "Visit Jawa Tengah" dalam mempromosikan destinasi pariwisata menunjukkan kesadaran yang kuat akan pentingnya kolaborasi dalam memperluas jangkauan promosi pariwisata di Jawa Tengah. Ulasan kedua menggarisbawahi apresiasi terhadap peningkatan kualitas dan kreativitas konten digital yang dipromosikan melalui akun Instagram Disporapar Jateng. Pengakuan tentang kegiatan rutin dalam memantau dan memperhatikan perbaruan konten menunjukkan kesadaran yang baik akan pentingnya mempertahankan minat pengikut melalui konten yang menarik dan berkualitas. Keseluruhan, ulasan-ulasan ini mencerminkan kesadaran yang matang tentang pentingnya kolaborasi dan kreativitas dalam mempromosikan pariwisata di Jawa Tengah.

### **Peran Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Kesadaran Pariwisata**

Dalam upaya mempromosikan pariwisata Jawa Tengah, penting untuk memahami bahwa promosi merupakan bagian dari proses komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk menginformasikan potensi destinasi pariwisata kepada calon wisatawan. Dengan merujuk pada pandangan Tjiptono, Disporapar Jateng harus merancang kampanye promosi yang mampu memberikan informasi yang menarik dan relevan tentang keunikan dan keindahan pariwisata Jawa Tengah kepada audiens potensial melalui akun Instagram. Berdasarkan paparan di atas menyatakan menyoroti keuntungan utama dalam menggunakan media sosial, dengan penekanan pada akses gratis dan kemudahan akses bagi masyarakat untuk mencari informasi. Pemahaman tentang kebutuhan untuk mengikuti tren terbaru di berbagai platform media sosial menunjukkan kesadaran yang kuat akan pentingnya mengikuti perkembangan teknologi dan preferensi pengguna dalam mengakses informasi. Pemahaman tentang kebutuhan untuk mengoptimalkan penggunaan "Reels" dan berkolaborasi dengan berbagai pihak, termasuk komunitas dan influencer, menunjukkan kesadaran yang baik tentang kekuatan kolaborasi dan pemanfaatan berbagai alat promosi yang tersedia secara gratis. Pengakuan tentang peran penting pemimpin daerah dalam memengaruhi tren melalui media sosial menunjukkan kesadaran yang kuat akan kekuatan pengaruh media sosial dalam

mempromosikan pariwisata dan budaya daerah. Penjelasan tentang pengelolaan akun "Visit Jawa Tengah" oleh seksi sarana pemasaran menyoroti kesadaran yang matang tentang pentingnya pengelolaan yang efektif dan fokus dalam memanfaatkan berbagai platform media sosial untuk mempromosikan pariwisata di Jawa Tengah. Keseluruhan, ulasan-ulasan ini mencerminkan pemahaman yang matang tentang pentingnya mengikuti tren dan memanfaatkan media sosial secara efektif untuk mendukung promosi pariwisata.

### **Strategi Promosi Meningkatkan Daya Tarik Pariwisata**

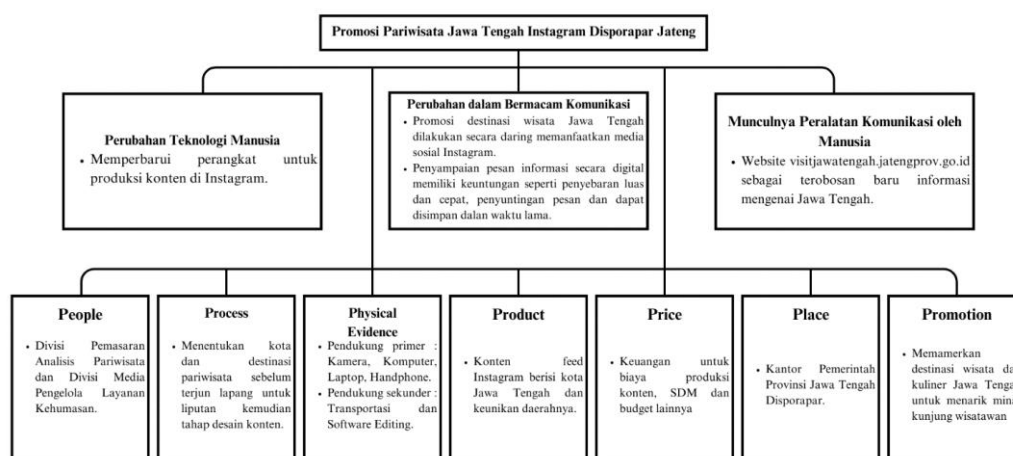
Dalam menghadapi persaingan yang ketat di industri pariwisata, strategi promosi yang efektif sangat penting untuk menarik minat wisatawan. Dengan mengacu pada pendapat Rangkuti, Disporapar Jateng perlu merancang kampanye promosi yang kreatif dan menarik melalui akun Instagram. dengan menonjolkan keunggulan dan daya tarik unik dari destinasi pariwisata Jawa Tengah. Strategi ini dapat mencakup penggunaan konten visual menarik, kolaborasi dengan influencer, dan penggunaan tagar khusus untuk meningkatkan kesadaran dan minat wisatawan terhadap pariwisata Jawa Tengah. Berdasarkan paparan di atas menyatakan dampak positif dari konten promosi pariwisata yang disampaikan melalui media sosial, dengan penekanan pada informasi yang menyenangkan dan memberikan dorongan untuk rekreasi dan refreshing. Pemahaman tentang kebutuhan akan informasi yang mudah diterima oleh masyarakat menunjukkan kesadaran yang kuat akan pentingnya memahami kebutuhan dan keinginan audiens dalam konteks pariwisata dan rekreasi. Pemahaman tentang kemungkinan risiko, seperti akun palsu yang dapat menyebarkan berita palsu, ujaran kebencian, dan hoaks, menunjukkan kesadaran yang matang tentang tantangan yang dihadapi dalam menggunakan media sosial sebagai sarana promosi pariwisata. Kesadaran tentang kebutuhan untuk memantau dan merespons dengan bijak terhadap masukan dan umpan balik dari masyarakat mencerminkan kesadaran yang baik akan pentingnya keterbukaan dan responsif terhadap kekhawatiran dan masukan masyarakat. Keseluruhan, ulasan-ulasan ini menunjukkan pemahaman yang matang tentang kekuatan dan risiko penggunaan media sosial dalam mempromosikan pariwisata dan pengaruhnya terhadap masyarakat.

### **Pembahasan**

Dalam konteks pemasaran pariwisata Jawa Tengah melalui akun Instagram Disporapar Jateng, hasil yang didapat dengan teori Determinasi Teknologi adalah pemahaman tentang peran teknologi dalam membentuk strategi pemasaran yang efektif. Dalam hal ini, penggunaan teknologi komunikasi, seperti Instagram, telah membantu Disporapar Jateng menciptakan kampanye promosi yang menarik dan efektif bagi khalayak yang lebih luas. Pengaruh teknologi juga terlihat dalam perubahan strategi promosi yang lebih responsif dan interaktif melalui penggunaan fitur-fitur dan alat komunikasi yang disediakan oleh Instagram. Dengan memanfaatkan teknologi komunikasi, Disporapar Jateng dapat memperluas jangkauan promosi, membangun keterlibatan yang lebih besar dengan audiens, dan membentuk citra positif tentang destinasi pariwisata Jawa Tengah. Berdasarkan teori Bauran Promosi 7P (Promotion Mix), hasil yang didapat dalam konteks pemasaran pariwisata Jawa Tengah melalui akun Instagram Disporapar Jateng adalah pemahaman yang kuat tentang pentingnya merancang kampanye promosi yang kreatif dan menarik. Disporapar Jateng telah menggunakan strategi visual yang melibatkan tujuan pemasaran, isi pesan, dan format konten untuk mempromosikan destinasi pariwisata Jawa Tengah. telah memperhatikan preferensi audiens yang lebih suka konten yang lebih berfokus pada review dan pengalaman yang otentik. Kolaborasi dengan influencer lokal dan nasional juga telah meningkatkan visibilitas konten pariwisata Jawa Tengah. Selain itu, Disporapar Jateng telah memperhatikan

pengelolaan anggaran dengan bijaksana, termasuk untuk biaya liputan, transportasi, dan akomodasi. juga telah memperhatikan pengelolaan tim yang kolaboratif dalam pembuatan konten promosi pariwisata. Keseluruhan, Disporapar Jateng telah memanfaatkan bauran promosi dengan baik untuk meningkatkan kesadaran dan minat wisatawan terhadap pariwisata Jawa Tengah. Berdasarkan teori-teori yang disebutkan dalam konteks, hasil yang didapat dengan teori media sosial adalah meningkatnya kesadaran terhadap pariwisata melalui penggunaan media sosial, khususnya Instagram. Media sosial memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi, berbagi informasi, dan membentuk komunitas virtual yang dapat memberikan dampak positif dalam mempromosikan destinasi pariwisata. Dalam konteks pemasaran pariwisata Jawa Tengah, penggunaan Instagram oleh Disporapar Jateng telah berhasil meningkatkan kesadaran terhadap keindahan dan daya tarik pariwisata di wilayah tersebut. Melalui konten yang menarik, informatif, dan visual yang menarik, Disporapar Jateng telah berhasil menarik perhatian wisatawan potensial dan memperluas jangkauan promosi pariwisata Jawa Tengah kepada audiens global.

Berdasarkan pembahasan teori dalam konteks pemasaran pariwisata Jawa Tengah, hasil yang didapat adalah pemahaman yang matang tentang pentingnya strategi promosi yang efektif. Disporapar Jateng telah menggunakan berbagai strategi, seperti penggunaan media sosial, kolaborasi dengan influencer, dan penyesuaian konten untuk platform media sosial tertentu, seperti Instagram. Memperhatikan pengelolaan anggaran dengan bijaksana dan fokus pada pengembangan fasilitas pendukung yang memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi wisatawan. Pemahaman tentang kebutuhan dan preferensi audiens, serta penggunaan strategi visual yang menarik, juga menjadi fokus dalam promosi pariwisata Jawa Tengah. Selain itu, Disporapar Jateng memiliki pemahaman yang kuat tentang peran tim yang beragam dalam mendukung promosi pariwisata dan pengembangan destinasi pariwisata di Jawa Tengah. Keseluruhan, hasil pembahasan teori menunjukkan pemahaman yang matang tentang pentingnya strategi promosi yang efektif dalam memperkenalkan dan mempromosikan destinasi pariwisata kepada wisatawan potensial.



**Gambar 1. Bagan Hasil Penelitian**

## KESIMPULAN

Promosi dalam meningkatkan kesadaran dan minat wisatawan terhadap pariwisata di Jawa Tengah. Dalam konteks ini, Disporapar Jateng menggunakan media sosial, khususnya

Instagram, sebagai saluran utama untuk mempromosikan destinasi pariwisata. Pentingnya penyesuaian konten untuk platform media sosial tertentu, seperti Instagram yang lebih cocok untuk konten singkat dan menarik. Disporapar Jateng juga memperhatikan preferensi audiens yang lebih suka konten yang lebih berfokus pada review dan pengalaman yang autentik. Disporapar Jateng memiliki pemahaman yang kuat tentang penyusunan visual dalam pemasaran pariwisata. Tujuan pemasaran, isi pesan, dan format konten untuk menciptakan konten yang menarik dan informatif. Disporapar Jateng juga memperhatikan pengelolaan anggaran dengan bijaksana, membagi fokus dan alokasi dana antara kegiatan pemasaran dan kegiatan kehumasan.

Dalam upaya meningkatkan pengalaman wisatawan, Disporapar Jateng memperhatikan pentingnya fasilitas pendukung yang memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman positif dan memperhatikan optimasi saluran distribusi untuk memastikan kemudahan akses wisatawan dalam mendapatkan informasi dan merencanakan perjalanan. Disporapar Jateng menyadari pentingnya peran petugas penyedia jasa dalam meningkatkan kepuasan wisatawan. dan pengembangan karyawan dalam hal keterampilan komunikasi, keramahan, dan pengetahuan produk pariwisata Jawa Tengah. Pentingnya strategi promosi yang efektif, penyesuaian konten, pengelolaan anggaran, fasilitas pendukung, optimasi saluran distribusi, dan peran petugas penyedia jasa dalam meningkatkan kesadaran, minat, dan kepuasan wisatawan terhadap pariwisata di Jawa Tengah.

Peneliti menyarankan kepada Disporapar Jateng untuk terus mengikuti perkembangan waktu karena teknologi terus berganti menjadi yang baru. Dengan mengikuti perkembangan tersebut dan memperbarui teknologi mereka, Disporapar dapat terus *up to date* dengan teknologi yang ada untuk produksi konten Instagram lebih inovatif dan segar melalui ide baru. Melalui bauran promosi, tenaga kerja untuk produksi konten dapat ditingkatkan melalui rekrutmen berdasarkan persyaratan yang memadai suatu bidang. Proses penyusunan konten yang perlu terjadwal untuk meningkatkan interaksi *followers* dengan konten. Peralatan dan perlengkapan pendukung pembuatan konten perlu dirawat secara rutin untuk meminimalisir kendala. Pembuatan konten juga mengikuti selera target pasar melalui riset pada target mengenai tipe konten apa yang diminati. Melalui promosi, dapat lebih memperhatikan kota Jawa Tengah lainnya agar promosi destinasi wisata lebih merata dan memberikan banyak referensi untuk *followers* dari berbagai daerah agar tertarik berkunjung ke wisata Jawa Tengah.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Atiko, G., Sudrajat, R. H., & Nasionalita, K. (2016). Analisis Strategi Promosi Pasriwisata Melalui Media Sosial oleh Kementrian Pariwisata RI (Studi Deskriptif pada Akun Instagram @indtravel). 3(2), 1–10.
- Aunillah, R. (2020). Determinisme Teknologi: Perayaan Idul fitri di Saat Pandemi. *Journal of Islamic Communication*, 3(1), 1–12. [ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/sahafa/](http://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/sahafa/)
- Bakry, U. S. (2017). Pemanfaatan Metode Etnografi dan Netnografi Dalam Penelitian Hubungan Internasional. *Jurnal Global & Strategis*, 11(1), 15–26. <https://doi.org/10.20473/jgs.11.1.2017.15-26>
- Christiani, L. C., & Iksari, P. N. (2020). Generasi Z dan Pemeliharaan Relasi Antar Generasi dalam Perspektif Budaya Jawa. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 4(2), 84–105. <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/2026051>
- Hedynata, M. L., & Radianto, W. E. D. (2016). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(1), 1–10.

- Lontoh, J. K., Tumbel, A. L., & Kawet, R. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bagi Pengembangan Pemasaran Wisata Danau Linow Di Kota Tomohon. *Jurnal EMBA*, 8(4), 11–20. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/30435>
- Manafe, J. D., Setyorini, T., & Alang, Y. A. (2016). STRATEGI PROMOSI OBJEK WISATA ALAM , (Studi Kasus di Pulau Rote NTT). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 4(1), 102–123.
- Pitanatri, P. D. S. (n.d.). Sejarah Perkembangan Pariwisata dan Definisi Pariwisata. 1–12.
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. 12(2), 212–231.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Ratnawati, F. A., & Mardiana, L. (2022). Peran New Media dalam Menciptakan Daya Tarik Wisata Indonesia bagi Warga Negara Korea Selatan The role of New Media in Creating Indonesia's Tourist Attraction for South Korean Citizens. *Pendrikan Kidul, Kec. Semarang Tengah*, 207, 50131. [www.forbes.com](http://www.forbes.com),
- Setiawan, N. A., & U., F. H. (2014). Strategi Promosi dalam Pengembangan Pariwisata Lokal di Desa Wisata Jelekong. *Trikonomika*, 13(2), 184–194. <https://doi.org/10.23969/trikononika.v13i2.613>
- Tahir, Y. D., Kiyai, B., & Dengo, S. (2021). Strategi Promosi Pariwisata Bunga di Kota Tomohon. VII(102), 1–10.
- Tampubolon, M., Putri, Y. R., & Atnan, N. (2016). Strategi Promosi Coffee Shop Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif pada Akun @crematology. *E-Proceeding of Management*, 3(2), 2421–2432.
- Tasruddin, R. (2015). Strategi Promosi Periklanan yang Efektif. *Jurnal Al-Khitabah*, 2(1), 107–116.
- Atiko, G., Sudrajat, R. H., & Nasionalita, K. (2016). Analisis Strategi Promosi Pasriwisata Melalui Media Sosial oleh Kementerian Pariwisata RI (Studi Deskriptif pada Akun Instagram @indtravel). 3(2), 1–10.
- Zulfiningrum, R. (2014). Media Kelompok Kompas Gramedia. *Jurnal ASPIKOM*, 2(3), 140–153.