

## PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK WISATA CURUG BEDUL DI DESA CIHANJAWAR

Sylvia Sujana<sup>1</sup>,Herdian kertayasa<sup>2</sup>

Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer

[if20.sylviasujana@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:if20.sylviasujana@mhs.ubpkarawang.ac.id)<sup>1</sup>

[herdian.kertayasa@ubpkarawang.ac.id](mailto:herdian.kertayasa@ubpkarawang.ac.id)<sup>2</sup>

### Ringkasan

Perkembangan teknologi dan informasi yang semakin pesat menuntut masyarakat untuk memulai dan selalu berhubungan dengan internet. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusaha objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut. Selain itu, pariwisata juga merupakan industri yang terus dan semakin berkembang di dunia dari waktu ke waktu. Pada masa modern ini masyarakat mengetahui banyak tentang tempat wisata dan adapun masyarakat yang kurang bahkan tidak mengetahui keberadaan serta bagaimana untuk dapat sampai ke tempat-tempat tersebut. Pemanfaatan dengan teknologi dan informasi yang secara finansial ini lebih efisien dan praktis contohnya dengan menggunakan Facebook dan Instagram. Pada masa sekarang ini, media sosial yang paling banyak digunakan oleh pengguna internet dan dengan adanya media sosial ini bertujuan agar para wisatawan lebih banyak mengetahui tentang lokasi tempat wisata maupun perkembangan tempat wisata tersebut.

**Kata kunci:** Perkembangan Teknologi, Pariwisata, Media Sosial

### Pendahuluan

Perkembangan teknologi dan informasi yang semakin pesat menuntut masyarakat untuk memulai dan selalu berhubungan dengan internet. Internet yang dahulu dianggap sebagai kecanggihan teknologi yang semu, pada saat ini menjelma menjadi dunia nyata yang berhasil menciptakan gaya hidup baru manusia modern, mulai dari handphone, notebook, laptop dan aneka gadget lainnya. Salah satu pemanfaatan daya tarik wisata yaitu sosial media seperti facebook dan instagram dimana aplikasi ini memberikan informasi melalui foto maupun video bagaimana perkembangan dunia luar termasuk tempat wisata. Pada masa sekarang ini, media sosial yang paling banyak digunakan oleh pengguna internet dan dengan adanya media sosial ini bertujuan

agar para wisatawan lebih banyak mengetahui tentang lokasi tempat wisata maupun perkembangan tempat wisata tersebut.

Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusaha objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut. Selain itu, pariwisata juga merupakan industri yang terus dan semakin berkembang di dunia dari waktu ke waktu. Pada masa modern ini masyarakat mengetahui banyak tentang tempat wisata dan adapun masyarakat yang kurang bahkan tidak mengetahui keberadaan serta bagaimana untuk dapat sampai ke tempat-tempat tersebut.

Menurut Urry fotografi menggambarkan bagaimana wisatawan membagikan pengalaman wisata mereka dan menggambarkan terjalannya hubungan antara pengalaman wisata dengan fotografi wisata. Adanya fotografi yang dilakukan bukan hanya memungkinkan mereka berbagi pengalaman wisata tetapi juga bisa menghasilkan dampak yang dramatis pada orang lain. Dimana menurut Tussyadiah dan Fesenmaier menyatakan bahwa hal tersebut juga dapat berfungsi sebagai sumber informasi wisata bagi wisatawan lain yang ingin merencanakan perjalanan wisata mereka. Penggunaan gambar atau foto dijadikan hal yang menarik dalam komunikasi pariwisata. Gambar merupakan salah satu dasar yang mendukung baik pada tingkat konsumsi maupun pada tingkat produksi. Fotografi dan media sosial menjadi teknologi mediator dalam penciptaan dan difusi citra tujuan wisata. Penggunaan gambar pada media sosial kini menjadi salah satu alat promosi tertinggi dalam bidang pariwisata. Hal tersebut diakibatkan karena menurut McQuail, pengguna tanpa sadar dipengaruhi oleh media yang mereka gunakan. Sehingga keputusan wisatawan dalam merencanakan perjalanan dapat diubah dengan menggunakan situs umum yaitu dengan media sosial.

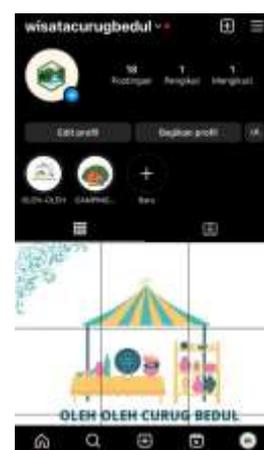
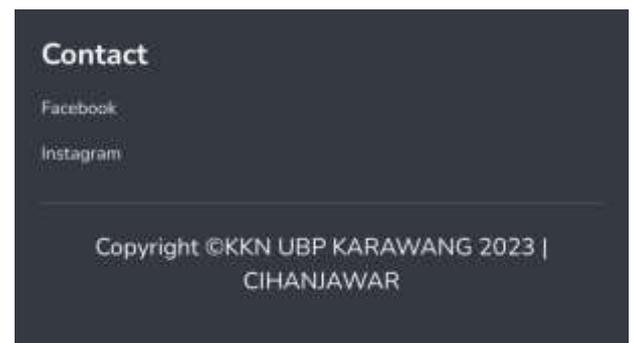
Desa Cihanjavar merupakan daerah yang mempunyai tempat wisata yang bagus salah satunya termasuk wisata Curug Bedul. Dimana curug bedul ini mempunyai bagian-bagiannya seperti camping ground, pemancingan, gazebo, UMKM dan masih banyak yang lainnya. Tetapi sangat di sayangkan tidak semua masyarakat mengetahui keberadaan tempat wisata curug bedul tersebut karena kurangnya promosi dari desa setempat dan pengelolanya itu sendiri. Apabila tidak memanfaatkan sosial media maka akan berdampak pada lemahnya daya tarik dan ketertinggalan tentang perkembangan tempat wisata ini, maka dari itu diperlukan pemanfaatan sosial media untuk meningkatkan daya tarik wisatawan pada curug bedul di desa Cihanjavar tersebut.

## Metode

Metode yang digunakan yaitu metode deskriptif, metode ini digunakan untuk mendeskripsikan bagaimana fenomena aktivitas pelaku seseorang dalam memanfaatkan sosial media untuk meningkatkan daya saing tempat wisatanya. Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 24 juli 2023 dimulai pukul 10.00-12.00. Subjek dalam penelitian ini yaitu pengelola wisata curug bedul. Jenis penelitian ini secara kualitatif dan teknik pengambilan data yang digunakan yaitu observasi dan dokumentasi.

## Hasil Penelitian dan Pembahasan

Sebelum kegiatan penelitian ini dimulai, peneliti memastikan bahwa pengelola tempat tersebut dan media yang akan digunakan dalam penelitian ini sudah tersedia dan lengkap sehingga peneliti dapat menjelaskan dengan optimal kepada pengelola wisata tersebut.



Setelah peneliti dan pengelola tersebut sudah ada lalu peneliti memberikan informasi tentang media yang sudah dibuat yaitu sosial media facebook dan instagram bisa juga melalui website yang sudah dibuat. Di dalam website tersebut tercantum link yang bertuju pada instagram dan facebook yang sudah dibuat. Selanjutnya memberitahu bagaimana cara penggunaan sosial media tersebut dan mempraktikan agar pengelola tersebut paham pada penggunaan sosial media ini agar kedepannya pengelola tersebut bisa memperbaharui apa saja yang dapat ditambahkan dalam sosial media tersebut agar daya saing wisata curug bedul ini dapat terlihat oleh banyak nya warga di dalam sosial media.

## **Kesimpulan dan Rekomendasi**

### **1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan bahwa pengelola berpandangan tentang pemanfaatan sosial media memperluas pemasaran baik dari spot-spot wisata tersebut maupun UMKM nya, tidak terbatas ruang dan waktu dan dapat meningkatkan pendapatan. Secara garis besar pemanfaatan sosial media dapat menjadi strategi bersaing yang akan meningkatkan daya saing tempat wisata. Hal ini menunjukkan jangkauan tempat wisata curug bedul ini tidak hanya warga setempat atau warga sekitar Kabupaten Purwakarta, tetapi sudah mencapai luar kota dan luar Jawa.

### **2. Rekomendasi**

Sebelum mengenal sosial media semua tempat wisata kurang dalam promosi ataupun daya tarik yang kurang sehingga lokasi wisata tersebut mengakibatkan kurang majunya tempat wisata. Jika terus menerus seperti ini maka tempat wisata tidak akan berkembang. Untuk mengatasi permasalahan tersebut maka dibutuhkan peran teknologi dalam pemasaran dan daya saing tersebut. Dalam segi daya tarik dan daya saing tempat wisata mulai beralih secara online maka untuk melakukan tersebut diperlukan salah satu alternatif yang dapat membantu pengelola dalam memudahkan pemasaran pada Curug Bedul maupun UMKM tersebut yaitu sosial media. Sehingga diharapkan dapat membantu mengatasi permasalahan dan pengembangan dapat kembali proses secara luas.

## Daftar Pustaka

Kurniawati, W. D. N. (2016). PEMANFAATAN INSTAGRAM OLEH KOMUNITAS WISATA GROBOGAN DALAM MEMPROMOSIKAN POTENSI PARIWISATA DAERAH. Komuniti. Vol. VIII, No. 2, 127-143.

Permana, R. A. & Afriana, M. (2022). PEMANFAATAN E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DI DESA KUTAGANDOK KECAMATAN KUTAWALUYA KABUPATEN KARAWANG. Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa. Vol 2 No 2, 7404-7411.

Oktaviani, F. W. & Fatchiya, A. (2019). EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI WISATA UMBUL PONGGOK, KABUPATEN KLATEN. Jurnal Komunikasi Pembangunan. Volume 17, No. 1, 13-27.

Lontoh, K. J., Tumbel, L. A. & Kawet, R. (2020). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI STRATEGI PROMOSI BAGI PENGEMBANGAN PEMASARAN WISATA DANAU LINOW DI KOTA TOMOHON. Jurnal EMBA. Vol.8 No.4, 11- 20.

Farhah, E. & Farid, M. (2021). Pemanfaatan Algoritma Instagram dalam Meningkatkan Promosi ODTW Budaya. Cakra Wisata. Volume 22 Jilid 2, 1-8.