

# **PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM UNTUK MENUNJANG PERAN DUTA WISATA 2016-2017 DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA DI KALIMANTAN TIMUR**

**Yunita Nainggolan<sup>1</sup>**

## **Abstrak**

*Yunita Nainggolan, 1302055097, Penggunaan Media Sosial Instagram Untuk Menunjang Peran Duta Wisata 2016-2017 Dalam Mempromosikan Pariwisata Di Kalimantan Timur. Di bawah ini bimbingan Bapak Dr. M. Zaini, M.Si selaku pembimbing I dan Fareis Althalets, S.Par., M.M.Par selaku pembimbing II, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.*

*Awal penelitian ini dilihat saat pemilihan Duta Wisata Kalimantan Timur pada tahun 2016 yang di menangkan oleh Syabab Azhar dan Puput Islamitha yang terpilih sebagai Duta Wisata Provinsi Kalimantan Timur. Selama menjabat sebagai Duta Wisata, mereka memilih media sosial instagram sebagai sarana promosi pariwisata di Kalimantan Timur. Artikel ini berisi tentang penggunaan media sosial instagram untuk menunjang peran duta wisata 2016-2017 dalam mempromosikan pariwisata di Kalimantan Timur. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan mendeskripsikan penggunaan media sosial instagram Duta Wisata. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Lokasi penelitian berada di kantor Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Timur Kota Samarinda. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penelitian lapangan berupa observasi, wawancara, dan penelitian terakit data-data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial instagram untuk menunjang peran duta wisata 2016-2017 dalam mempromosikan pariwisata di Kalimantan Timur belum digunakan secara maksimal seperti fitur-fitur yang ada instagram, isi konten promosi belum tersampaikan secara maksimal, kurangnya informasi pariwisata, budaya, event, kegiatan sosial selama masa jabatan Duta Wisata. Sehingga penggunaan media sosial instagram belum tersampaikan secara maksimal kepada sesama pengguna media sosial instagram dan konten promosi penyebarannya belum tersampaikan secara luas.*

**Kata kunci** : Media Sosial, Instagram, Duta Wisata

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: yunitanainggolan38@gmail.com

## PENDAHULUAN

Pariwisata telah ada sejak dimulainya peradaban manusia yang ditandai dengan adanya pergerakan manusia yang melakukan ziarah dan perjalanan agama lainnya. Menurut UU RI No. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan dijelaskan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan diri, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara.

Kalimantan Timur merupakan daerah tujuan wisata Indonesia yang memiliki potensi budaya dan pariwisata yang tak kalah menariknya dengan tujuan wisata lain di Indonesia. Dinas pariwisata pemprov kaltim mempunyai strategi promosi agar lebih cepat dikenal dan diketahui masyarakat luar daerah maupun wisatawan asing. Salah satu strategi itu ialah dengan adanya sosok yang dirasa cukup berperan ialah Duta Wisata. Duta wisata sendiri merupakan atraksi wisata yang bertujuan melestarikan budaya daerah, sekaligus saran pengembangan potensi bakat, kreativitas, kecerdasan para generasi muda untuk menjadi figur yang dapat berperan dalam mempromosikan kekayaan seni, budaya dan pariwisata

Berkaitan dengan promosi tersebut, Duta Wisata merasa penggunaan media sosial merupakan wadah yang sangat efektif dan efisien sebagai sarana promosi, karena jangkauannya lebih luas memudahkan Duta Wisata menjalin kerja sama dengan beberapa komunitas pariwisata dan pencinta alam, sehingga sama-sama membantu menyebarluaskan informasi pariwisata dan budaya. Media yang digunakan duta wisata untuk menyebarkan informasi dalam setiap kegiatan promosi yang dilakukan adalah media sosial *instagram* yang saat ini cukup besar untuk perkembangan pariwisata banyak traveler sekarang ikut mulai berwisata setelah melihat foto atau video di media sosial *instagram* tersebut.

Media sosial *instagram* menjadi platform efektif untuk menyebarkan informasi pariwisata. Ini juga yang dilakukan oleh duta wisata dalam memberikan informasi disetiap aktivitas promosi seperti konten video festival buen di kecamatan waru penajam paser sebanyak 2.153 yang menonton video tersebut, 13 komentar, dan 4 akun media sosial instagram yang membagikan (*share*) video tersebut, kemudian wisata sungai dengan menggunakan kapal dan berlayar disekitar sungai mahakam sebanyak 361 penonton, kegiatan festival erau dari tenggarong sebanyak 444 yang melihat tayangan video tersebut dan komentar 8 pengguna akun media sosial instagram, selanjutnya aktivitas acara pesta adat Belian Paser yang diselenggarakan di kabupaten penajam paser utara dengan penonton sebanyak 441 dan di *share* oleh 1 akun pengguna media sosial tersebut. Serangkaian promosi di media sosial instagram foto dan video lainnya mengenai pariwisata dan budaya di Kalimantan Timur untuk menunjang peran Duta Wisata yang tujuannya mempromosikan dan memberi informasi kepada pengguna media sosial *instagram*.

Dengan penggunaan media sosial instagram, terdapat kunjungan wisatawan lokal dan mancanegara dengan jumlah kunjungan sebanyak 15 wisatawan. Namun jumlah kunjungan wisatawan melalui penggunaan media sosial instagram masih belum mencapai target yang di inginkan oleh Duta Wisata, hal ini dikarenakan kurang maksimalnya Duta Wisata memberikan konten-konten terkait pariwisata yang ada di Kaltim, tidak hanya pada konten saja Duta Wisata juga tidak maksimal menggunakan fitur-fitur yang ada di media sosial instagram. Kendala yang dihadapi oleh Duta Wisata tidak adanya team dalam setiap promosi yang dilakukan seperti peliputan, pengambilan gambar, dan mengedit. Kemudian belum adanya anggaran dari pemerintah terkait bagi Duta Wisata untuk melakukan promosi, serta fasilitas yang tidak memadai, sehingga promosi yang dilakukan di media sosial kurang maksimal untuk mengeksplor objek-objek pariwisata di Kalimantan Timur.

Dari permasalahan diatas yang menjadi hambatan bagi Duta Wisata untuk melakukan promosi di media sosial instagram tersebut. Peneliti ingin melihat bagaimana kontribusi penggunaan media sosial instagram yang digunakan oleh duta wisata selama masa jabatannya dalam setiap kegiatan maupun event-event yang menunjang perannya, apakah dengan media sosial instagram tersebut aktivitas duta wisata dapat dilakukan secara maksimal dan apakah Duta Wisata telah menjalankan perannya dalam mempromosikan wisata di Kalimantan Timur. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk melakukan kajian ilmiah yang lebih mendalam untuk mengetahui dan mendeskripsikan faktor-faktor penghambat dan juga pendukung bagaimana Penggunaan Media Sosial Instagram Untuk Menunjang Peran Duta Wisata 2016-2017 Dalam Mempromosikan Pariwisata Di Kalimantan Timur.

### ***Rumusan Masalah***

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan dapat dibuat rumusan masalah dalam penelitian adalah : Bagaimana penggunaan media sosial instagram untuk menunjang peran Duta Wisata 2016-2017 Dalam Mempromosikan pariwisata di Kalimantan Timur?

### ***Tujuan Penelitian***

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis penggunaan media sosial *instagram* untuk menunjang peran Duta Wisata mempromosikan pariwisata di Kalimantan Timur.

### ***Manfaat Penelitian***

Manfaat dari penelitian ini adalah berguna untuk peneliti maupun pihak lain yang terbagi menjadi dua yaitu :

- a. Manfaat Teoritis

Dengan diadakannya penelitian ini, selain menambah pengetahuan dibidang Ilmu Komunikasi, Dapat menjadi bahan rujukan dan referensi untuk penelitian-penelitian yang relevan di masa yang akan datang.

b. Manfaat Praktis :

Peneliti memperoleh banyak pengalaman dan pengetahuan dari hasil pengamatan di lapangan terkait dengan penelitian yang dilakukan.

## **KERANGKA DASAR TEORI**

### ***Teori dan Konsep***

Menurut Siswoyo dalam Mardalis (2003:42) bahwa teori diartikan sebagai seperangkat konsep dan definisi yang saling berhubungan yang mencerminkan suatu pandangan sistematis mengenai fenomena dengan menerangkan hubungan antar variabel, dengan tujuan untuk menerangkan dan meramalkan fenomena, sedangkan konsep menurut Umar (2004:51) konsep adalah sejumlah teori yang berkaitan dengan suatu objek. Konsep diciptakan dengan menggolongkan dan mengelompokkan objek-objek tertentu yang mempunyai ciri-ciri yang sama.

### ***Penggunaan***

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia penggunaan diartikan sebagai proses, cara perbuatan memakai sesuatu, pemakaian. Penggunaan berasal dari kata guna, yang memiliki arti kata benda sehingga penggunaan dapat menyatakan nama seseorang, tempat, atau semua benda dan segala yang dibendakan. Dalam penelitian ini penggunaan adalah pemakaian media sosial *instagram* sebagai media promosi yang digunakan oleh Duta Wisata Kalimantan Timur.

### ***Media Sosial***

. Menurut Sadiman (2003:6) asal kata media berasal dari bahasa latin dan merupakan bentuk jamak dari kata “medium” yang secara harfiah berarti perantara atau pengantar. Media adalah perantara atau pengantar pesan dari pengirim ke penerima pesan. Para pengguna (*user*) media sosial berkomunikasi, berinteraksi, saling kirim pesan, dan saling berbagi (*sharing*), dan membangun jaringan *networking*. Pesatnya perkembangan media sosial kini dikarenakan 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***

Menurut Mandibergh dalam Nasrullah (2015:11), media sosial adalah media yang mawadahi kerja sama diantara pengguna yang menghasilkan konten (*user-generated conten*). Dari penggunaan media sosial memiliki manfaat penting bagi masyarakat yaitu :

1. **Komunikasi Online** : Komunikasi artinya penyampaian pesan (informasi, berita, dll), 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 oleh 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 sistem yang sama yaitu media daring yang terhubung dengan internet.
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 audiences. Communication is the process of influencing others behavior by sharing ideas, information or feeling with them

### ***Teori Media Baru***

Teori media baru merupakan teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy (1990) dalam buku *New Media Teori dan Aplikasi* (2011:30) yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. Teori ini 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.

Menurut R Cahyo 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.

### ***Promosi***

Menurut Evans dan Berman dalam buku simamora (2003:285) promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (*to inform*), membujuk (*to persuade*), atau mengingatkan orang-orang tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu maupun rumah tangga. Promosi merupakan salah satu cara perusahaan melakukan komunikasi melalui pesan-pesan yang didesain untuk menstimulasi terjadinya kesadaran (*awareness*), ketertarikan (*interest*), dan berakhir dengan tindakan pembelian (*purchase*) yang dilakukan oleh pelanggan terhadap produk atau jasa perusahaan.

### ***Pariwisata***

Sesuai UU RI No. 10 tahun 2009 pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Sedangkan menurut Wahab dalam Yoeti (1996:116), pariwisata adalah salah satu jenis industri *baru yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaa* lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya, selanjutnya sebagai sektor yang kompleks, pariwisata juga merealisasi cinderamata, penginapan, dan transportasi.

### ***Duta Wisata***

Duta wisata adalah sosok yang dianggap mampu bekerja sama dengan pemerintah setempat dan berperan untuk ikut mempromosikan suatu daerah tertentu khususnya pada potensi pariwisata daerah tersebut. Pada umumnya duta wisata daerah saat ini adalah duta wisata yang dipilih melalui sebuah pemilihan. Peserta pemilihan akan diuji oleh juri dan dinilai dari beberapa aspek. Materi utama yang biasanya diujikan kepada peserta adalah public speaking, pengetahuan umum, pengetahuan mengenai kebudayaan dan pariwisata daerah setempat bersama dinas terkait.

### ***Definisi Konseptual***

Definisi konseptual adalah penjelasan untuk memberikan batasan tentang suatu konsep sehingga diperoleh gambaran yang jelas dan terperinci terhadap penelitian yang akan dilakukan. media sosial adalah media yang mawadahi kerjasama diantara pengguna yang menghasilkan konten (*user-generated konten*). Penggunaan media sosial instagram merupakan pemanfaatan media yang dilakukan oleh Duta Wisata sebagai sarana promosi yang memberikan dampak yang cukup berpengaruh dalam menyebarkan informasi terkait pariwisata sehingga pengguna media sosial dapat mengetahui destinasi wisata di Kalimantan Timur. Dengan adanya fitur-fitur di media sosial instagram yang dapat dimanfaatkan Duta Wisata seperti pesan, komentar, like (menyukai), *share* (membagikan), *hashtags*, sehingga Duta Wisata dapat berinteraksi dengan sesama pengguna media sosial instagram.

Adapun penggunaan media sosial yaitu sebagai komunikasi online, menghubungkan banyak orang, sebagai informasi dan pengetahuan, dan sebagai sarana promosi. Penggunaan media sosial memiliki fungsi merencanakan dan melaksanakan promosi, Duta Wisata harus memperhatikan aspek konten dan komunikasi yang tepat agar informasi mengenai pariwisata dapat tersampaikan kepada khalayak pengguna media sosial instagram hingga adanya minat kunjung wisatawan.

### ***Jenis Penelitian***

Adapun penggunaan media sosial yaitu sebagai komunikasi online, menghubungkan banyak orang, sebagai informasi dan pengetahuan, dan sebagai sarana promosi. Penggunaan media sosial memiliki fungsi merencanakan dan melaksanakan promosi, Duta Wisata harus memperhatikan aspek konten dan komunikasi yang tepat agar informasi mengenai pariwisata dapat tersampaikan kepada khalayak pengguna media sosial instagram hingga adanya minat kunjung wisatawan.

### ***Fokus Penelitian***

Fokus penelitian adalah promosi yang dilakukan oleh duta wisata menurut Mandibergh dalam Nasrullah Penggunaan Media Sosial (2015:11)

- a. Komunikasi Online (komunikasi melalui chatting, pemberitahuan kabar, undangan)
- b. Menghubungkan Banyak Orang (media sosial memberikan kemudahan dalam hubungan sosial dengan pengguna yang bisa membuat seluruh dunia terhubung)
- c. Sebagai Informasi Dan Pengetahuan (media sosial memberikan informasi, berita, ilmu pengetahuan yang lebih cepat dibandingkan media lainnya)
- d. Sebagai Sarana Promosi (memperkenalkan produk baru, mempromosikan blog, dan lain sebagainya).

### ***Jenis dan Sumber Data***

- a. Data Primer yaitu data yang diperoleh melalui narasumber dengan melakukan tanya jawab secara langsung dan dipandu melalui pertanyaan-pertanyaan yang disiapkan sebelumnya.
- b. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh melalui beberapa sumber informasi yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan antara lain dokumen dan arsip rekam kegiatan promosi Duta Wisata Provinsi serta jurnal dan literatur ilmiah yang relevan dengan fokus penelitian.

### ***Sample Penelitian***

Dalam menetapkan informan, peneliti menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan

Penggunaan Media Sosial Instagram Untuk Menunjang Peran(Yunita Nainggolan)  
tertentu. Dengan memilih orang-orang atau kelompok terbaik untuk dipelajari atau dalam hal ini memberikan informasi yang akurat.

Kelompok yang dipertimbangkan secara cermat (intuisi) dan kelompok terbaik (yang dinilai akan memberikan informasi yang cukup), untuk dipilih menjadi sumber data penelitian. (Sugiyono, 2008). Dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan keyinforman dan informan

1. Informan Kunci (key informan) berjumlah 2 orang yaitu Duta Wisata Provinsi Kalimantan Timur 2016-2017, atas nama :
  - a. Syabab Azhar
  - b. Puput Islamitha
2. Informan, yaitu seseorang yang mengetahui dan memiliki bagian informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian. Maka yang menjadi informan tambahan dalam penelitian ini adalah berjumlah 1 orang yaitu Kepala Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata, Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Timur (1 orang) atas nama Agung Masuprianggono, ST, MM

### ***Teknik Pengumpulan Data***

Dalam setiap penelitian perlu menggunakan kemampuan memilih dan bahkan juga menyusun teknik dan alat pengumpul data yang relevan. Sehubungan dengan itu maka peneliti menggunakan beberapa teknik dalam pengumpulan data, antara lain :

- a. Teknik Observasi  
Teknik observasi yaitu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti yang di dasarkan atas pengamatan secara langsung untuk memperoleh keyakinan tentang keabsahan data.
- b. Wawancara Mendalam (*Indepeth Interview*)  
Wawancara mendalam secara umum merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab bertatap muka antara pewawancara dengan infroman. Menurut Sugiyono (2013:231) wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan wawancara mendalam dengan subjek dalam penelitian ini yaitu Duta Wisata Kalimantan Timur.
- c. Penelitian Kepustakaan  
Teknik pengumpulan data dengan kepustakaan ini merupakan cara pengumpulan data yang dilakukan dengan klarifikasi bahan-bahan tertulis berhubungan dengan perumusan masalah penelitian seperti buku-buku, artikel koran, majalah dan media lainnya.
- d. Dokumentasi  
Menurut Sugiyono (2013:240) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau

karya-karya monumental dari seorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain.

### ***Teknik Analisis Data***

Dalam penelitian ini, peneliti mengikuti langkah- langkah seperti yang dianjurkan oleh Miles dan Huberman (Sugiono, 2008) yaitu : ” (1) reduksi data, (2) display data, dan (3) pengambilan kesimpulan dan verifikasi.”

#### 1. Pengumpulan data

Pengumpulan data dilakukan melalui interview, observasi, dan analisis dokumen terhadap informan. Peneliti mengumpulkan data-data terkait dengan penelitian dan harus sesuai dengan pedoman wawancara yang sudah dirancang agar tidak terlalu luas dalam mencakup data.

#### 2. Reduksi Data

Merangkul data, memfokuskan pada hal-hal yang penting agar memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

#### 3. Penyajian data

Bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar katagori untuk memudahkan dan memahami apa yang terjadi. Bentuk penyajian data kualitatifnya adalah :

- a. Teks naratif berbentuk catatan lapangan.
- b. Menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih, sehingga memudahkan untuk melihat apa yang sedang terjadi, apakah kesimpulan sudah tepat atau sebaliknya melakukan analisis kembali.

#### 4. Penarikan Kesimpulan

Dalam kesimpulan kualitatif, peneliti secara terus menerus berada di lapangan. Menarik kesimpulan dan melakukan verifikasi dari permulaan pengumpulan data, seorang penganalisis kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat keturunan, pola-pola penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin alur sebab akibat, dan proposisi. Sedang verifikasi merupakan kegiatan pemikiran kembali yang melintas dalam pemikiran penganalisis selama peneliti mencatat, atau suatu tinjauan ulang pada catatan-catatan lapangan atau peninjauan kembali serta tukar pikiran antara teman sejawat untuk mengembangkan “kesempatan inter subjektif” dengan kata lain makna yang muncul dari data harus diuji kebenarannya (validitasnya), verifikasi dalam penelitian ini dilakukan secara kontinu sepanjang penelitian verifikasi oleh peneliti, dimaksudkan untuk menganalisis dan mencari makna dari informasi yang dikumpulkan dengan mencari makna dari informasi yang dikumpulkan dengan mencari tema, pola

hubungan, permasalahan yang muncul, hipotesis yang disimpulkan secara tentative, sehingga terbentuk.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan, dapat diketahui penggunaan media sosial instagram sangat membantu sebagai media promosi Duta Wisata untuk menunjang dan memudahkan kegiatan promosi pariwisata. Tetapi berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan penggunaan media sosial instagram Duta Wisata tidak maksimal dalam penggunaannya dapat dilihat dari isi konten pariwisata yang kurang dipromosikan selama masa jabatan, isi konten promosi pariwisata juga harus dibuat lebih kreatif lagi dalam bentuk foto atau video sehingga penyebarluasan informasi pariwisata dapat memberikan manfaat penting bagi masyarakat mengenai pariwisata di Kalimantan Timur, Duta Wisata juga harus lebih aktif 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.

Peran Duta Wisata juga harus dibangun pemangku kegiatan pariwisata, pemerintah, pihak swasta, dan media agar lebih mendukung kegiatan promosi yang dilakukan oleh Duta Wisata, sehingga media sosial yang digunakan Duta Wisata lebih bermanfaat lagi mengeksplere pariwisata Kalimantan Timur dan meningkatkan kunjungan wisatawan melalui penggunaan media sosial instagram.

Dalam penyebaran informasi terkait promosi pariwisata dan budaya di Kalimantan Timur yang telah dilakukan oleh duta wisata melalui akun media sosial instagram. Penyampaian informasi yang dahulu hanya dapat dilakukan kepada segelintir orang, kini dapat disampaikan hingga kepada milyaran orang. Penyampaian pesan yang di yang disampaikan oleh duta wisata kepada sesama pengguna media sosial instagram merupakan alat komunikasi yang banyak digunakan saat ini sebagai media promosi.

### ***Komunikasi Online***

Dengan memanfaatkan media sosial atau jejaring sosial, semua orang bisa melakukan komunikasi secara online, seperti chatting, pemberitahuan kabar, dan undangan. Bahkan bagi mereka yang sudah terbiasa, komunikasi dalam media sosial lebih efektif dari pada melalui call atau sms mobile. Berdasarkan hasil wawancara dengan Duta Wisata adanya komunikasi online merupakan salah satu sarana untuk menyampaikan informasi karena dapat berkomunikasi melalui fitur yang ada di *instagram* hingga Duta Wisata dapat berinteraksi dengan pengguna media sosial lainnya melalui fitur-fitur seperti komentar, like, repost, dan juga pesan. Interaksi Duta Wisata dengan pengguna media sosial instagram tersebut yaitu menanyakan lokasi wisata, penginapan,

dan juga harga. Dari interaksi tersebut yang menjadi harapan Duta Wisata bahwa penggunaan media sosial instagram sangat bermanfaat bagi mereka dan juga komunikasi online dirasa cukup efektif memberikan informasi

### ***Menghubungkan Banyak Orang***

Media sosial memberikan kemudahan dalam hubungan sosial dengan pengguna yang bisa membuat seluruh dunia terhubung. Berdasarkan pernyataan Duta Wisata hubungan sosial sangatlah penting dalam penggunaan media sosial, karena adanya followers di media sosial Duta Wisata konten yang diunggah penyebarannya sangat luas juga dapat dilihat puluhan ribu orang yang menjadi tujuan promosi pariwisata agar mengetahui informasi pariwisata, bergabung dengan komunitas pariwisata, dan juga komunitas pecinta lingkungan yang ada di Kalimantan Timur sehingga adanya minat kunjungan wisatawan.

### ***Sebagai Informasi dan Pengetahuan***

Media sosial memberikan kemudahan dalam hubungan sosial dengan pengguna yang bisa membuat seluruh dunia terhubung. Media sosial berisi segudang informasi, berita, ilmu, pengetahuan, dan kabar terkini, malah informasi-informasi tersebut lebih cepat menyebar melalui media sosial dibanding media elektronik seperti TV. Berdasarkan hasil wawancara penggunaan media sosial Duta Wisata yang berisikan informasi konten-konten terkait dengan kepariwisataan dan budaya yang ada di akun media sosial instagram kami, respon pengguna instagram cukup besar sehingga interaksi dengan pengguna terjadi setiap hari melalui fitur-fitur di instagram. Inilah yang menjadi fungsi dari media sosial sebagai informasi, dari konten di aku instagram Duta Wisata juga tidak hanya promosi bisa event, destinasi, atau edukasi untuk terlibat kegiatan sosial dan kampanye pelestarian alam.

### ***Sebagai Sarana Promosi***

Promosi dalam media sosial tidak lagi terdengar asing, karena ini sudah menjadi salah satu perannya, memperkenalkan produk baru, mempromosikan blog, dan lain sebagainya. Alasannya adalah untuk memperkenalkan dan mengajak orang lain agar bisa menikmati produknya. Berdasarkan hasil wawancara Duta Wisata melakukan promosi di dalam setiap kegiatannya berupa konten dari objek wisata, festival budaya, event, kegiatan sosial ataupun edukasi, dalam setiap mempromosikan di akun media sosial instagram Duta wisata Kalimantan timur yang secara langsung merekam, mengedit, menyajikan gambar maupun video yang direncanakan untuk di posting. Adanya kendala yang dirasakan Duta Wisata saat melakukan promosi, namun Duta Wisata telah menjalankan tugasnya semaksimal mungkin. Selain berkeliling Kalimantan Timur untuk peliputan baik itu festival upacara adat, destinasi wisata, dan lain lain ada juga program kerja khusus kami yang sampai sekarang masih terus berjalan.

## **PENUTUP**

### ***Kesimpulan***

Berdasarkan penyajian data dan analisis data yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dikemukakan kesimpulan antara lain :

1. Bahwa penggunaan media sosial instagram sebagai media promosi pariwisata belum dimanfaatkan secara maksimal dalam menyampaikan konten promosi, isi konten yang kurang menarik, penggunaan fitur yang kurang dimanfaatkan dalam bentuk foto ataupun video seperti informasi pariwisata, budaya, event, dan juga kegiatan sosial. Sehingga penggunaan media sosial instagram belum tersampaikan secara maksimal kepada sesama pengguna media sosial instagram dan konten promosi penyebarannya menjadi tidak efektif.
2. Peran Duta Wisata Kalimantan Timur dalam mempromosikan pariwisata telah dijalankan melalui program-program kerja Duta Wisata kemudian dijadikan sebagai promosi untuk memberikan informasi-informasi kepariwisataan dan, namun dilihat dari lapangan peran duta wisata kurang maksimal dilaksanakan dalam setiap promosi dan penggunaan media sosial instagram.

### ***Saran***

Sesuai dengan hasil penelitian dan kesimpulan yang dikemukakan, maka penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Diharapkan kepada Duta Wisata agar memperhatikan masalah isi konten promosi di media sosial instagram, lebih memberikan konten-konten mengenai objek wisata agar kunjungan wisatawan lebih banyak lagi, sehingga visi dan misi Duta Wisata dapat terwujud dengan menjalankan perannya. Peran Duta Wisata juga harus dibangun pemangku kegiatan pariwisata, pemerintah, pihak swasta, dan media agar lebih mendukung kegiatan promosi yang dilakukan Duta Wisata seperti anggaran program kerja Duta Wisata, fasilitas kendaraan, dan kurangnya idateam saat melakukan kunjungan disetiap daerah Kalimantan Timur.
2. Tidak hanya melalui penggunaan instagram duta wisata juga diharapkan dapat melakukan promosi melalui event,kegiatan sosial,dan juga saling bekerjasama dengan komunitas pariwisata agar program kerja duta wisata dapat berjalan dan penggunaan media sosial instagram lebih efektif lagi.
3. Perlu diadakan penelitian selanjutnya mengenai bagaimana peranan media sosial instagram sebagai media promosi dan juga komunikasi. Semoga penelitian ini berguna dan dapat dijadikan bahan rujukan untuk melakukan penelitian selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku**

- Assauri, Sofjan, 2007. *Manajemen pemasaran*, Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada
- Cangara, Hafied, 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Effendi, Onong Uchjana, 1993. *Ilmu, Teori dan filsafat Komunikasi*.Bandung :PT. Citra Aditya Bakri
- Fajar, Marhaeni. 2008. *Ilmu Komunikasi Teori dan Pratik*. Jakarta : Graha Ilmu
- Gunawan, Imam. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif : Teori dan Pratik*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Holmes, David. 2012. *Teori Komunikasi : Media, Teknologi, dan Masyarakat*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Levy, Pierre, 2010. *New Media Teori dan Aplikasi*, Jakarta : Erlangga
- Mulyana, Deddy, 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi Budaya dan Teknologi*. Jakarta: Simbiosia
- Nasrullah, Rulli. 2013. *Teori dan Riset Media Siber*. Jakarta : Kencana Prenada Media
- Nasrullah, Rulli, 2015. *Media Sosial (Prosedur, Tren, dan Etika)*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Suryadana, Liga. 2015. *Pemasaran Pariwisata*. Bandung : 2015
- Syaibani, Yunus Ahmd, dkk. 2011. *New Media Teori dan Aplikasi*. Karanganyar : Lindu Pustaka.
- Soekanto, Soerjono, 2009. *Sosiologi Suatu Pengantar*, Jakarta : Rajawali Pers
- Sadiman, S Arif, 2012. *Media Pendidikan*, Jakarta : PT. RajaGrafindo
- Triwahyuni dan Kadir, 2003. *Human Communication*, Yogyakarta : Genesis

### **Jurnal**

- Rahmawati, Dewi. 2016. Pemilihan dan Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran. Yogyakarta
- Hamzah, Yeni. 2013. Potensi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Interaktif Bagi Pariwisata Indonesi. Vol. 8 No. 3. Jakarta
- Andriyani, Leliana. 2014. Peran Duta Wisata Dalam Mempromosikan Kebudayaan dan Pariwisata Kalimantan Timur” eJurnal 154-170. Samarinda

### **Internet**

- <https://pariwisatakaltim.com/>
- <http://www.kutaitimurkab.go.id/category/berita/pariwisata/>
- <https://prezi.com/mpco8ck6ohah/media-sosial-definisi-peran-dan-fungsi/>