

PERAN MEDIA SOSIAL DALAM PENGENALAN PARIWISATA PANTAI KARANG BEBAI SEBAGAI SARANA REKREASI DI TANGGAMUS

Efri Huda Pratama¹, Ferdi Zulkarnain²

^{1,2}Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi

Universitas Nahdlatul Ulama Lampung

e-mail : ¹efrihudapratama10@gmail.com, ²ferdizul007@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran media sosial dalam pengenalan pariwisata pantai karang bebai sebagai sarana rekreasi di Tanggamus. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian lapangan (*Field Research*) dengan metode deskriptif dan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan 3 cara yaitu, observasi, wawancara dan dokumentasi. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik observasi dan wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran media sosial sangat penting dalam mengenalkan pariwisata di Pantai Karang Bebai. Hambatan yang ada di Pantai Karang Bebai seperti masyarakat sekitar belum memanfaatkan potensi pariwisata pantai Karang Bebai, akses jalan menuju lokasi dan koneksi internet yang lambat. Untuk melihat tingkat keberhasilan dalam media sosial instagram dapat dilihat dengan jelas berapa follower, jangkauan akun dan jumlah interaksi postingan.

Kata Kunci : Media Sosial, Pariwisata, Pantai Karang Bebai, Rekreasi

ABSTRACT

The aim of this research is to determine the role of social media in introducing Karang Bebai beach tourism as a means of recreation in Tanggamus. The type of research used in field research (Field Research) is with a descriptive method and a qualitative approach. Data collection techniques were carried out in 3 ways, namely, observation, interviews and documentation. Data collection was carried out through observation and interview techniques. Data analysis technique, namely qualitative descriptive analysis. The results of this research show that the role of social media is very important in introducing tourism at Karang Bebai Beach. There are quite a lot of obstacles at Karang Bebai Beach is the local community has not utilized the tourism potential of Karang Bebai Beach, road access to the location and slow internet connection. To see the level of success on Instagram social media, you can clearly see how many followers, account reach and number of post interactions.

Keywords : Social Media, Tourism, Karang Bebai Beach, Recreation

PENDAHULUAN

Berkembangnya teknologi pada saat ini membuat media komunikasi mengalami perkembangan yang sangat pesat. Menurut data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 221 juta orang pada tahun 2024. Dari data tersebut, 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses media sosial. Saat ini media sosial tidak hanya dapat melakukan interaksi antar pengguna, namun juga dapat menjadi media pertukaran informasi dari bidang politik sampai informasi pariwisata sebagai sarana rekreasi.

Kecamatan Cukuh balak adalah daerah perpaduan pegunungan dan pesisir di kabupaten Tanggamus, banyak destinasi wisata yang ada di kecamatan Cukuh balak seperti pantai, air terjun, bukit dan sebagainya. Namun dari banyaknya wisata yang ada masih kurang dikenal oleh masyarakat luas, bahkan karena minimnya informasi dan promosi beberapa destinasi wisata hanya didatangi oleh masyarakat lokal saja. Salah satu destinasi wisata yang kurang dikenal wisatawan luar daerah adalah Pantai Karang bebai.

Upaya mengenalkan pariwisata di

pantai Karang bebai menggunakan media sosial agar dapat di jangkau oleh masyarakat luas inilah yang membuat Peneliti tertarik untuk melakukan Penelitian yang berjudul “Peran Media Sosial dalam Pengenalan Pariwisata Pantai Karang Bebai Sebagai Sarana Rekreasi di Tanggamus.” Tujuan dalam penelitian ini adalah: (1 Untuk mengetahui seberapa besar peran media sosial instagram dalam pengenalan pariwisata di pantai Karang bebai. (2 Untuk mengetahui hambatan dalam mengenalkan pariwisata di pantai Karang bebai dengan menggunakan media sosial. (3 Untuk mengetahui tingkat keberhasilan media sosial instagram dalam pengenalan pariwisata di pantai Karang bebai.

Menurut Maoyan dalam (Deru R.Indika & Cindy Jovita, 2017) mengatakan media sosial merupakan jaringan teknologi yang digunakan untuk menciptakan berita melalui pengguna internet dan dapat mengkomunikasikan media informasi, sedangkan pemasaran media sosial merupakan suatu jenis model pemasaran internet untuk mencapai tujuan pemasaran dengan berpartisipasi dalam lingkup jaringan media sosial.

Berdasarkan definisi di atas, dapat

disimpulkan bahwa media sosial adalah media internet atau teknologi dalam menyampaikan atau memberi informasi berupa foto dan video, media sosial juga sangat bermanfaat dalam memasarkan dan mempromosikan produk dan daya tarik wisata.

Menurut (Atmoko, 2018) Instagram merupakan salah satu media berbagi yang memberikan fasilitas bagi para pengguna untuk berbagi dengan menggunakan media foto, video. Instagram memberikan kemudahan bagi para penggunanya untuk mengunggah foto atau video dengan tambahan caption (keterangan). Inilah yang menjadi salah satu penyebab digunakannya Instagram sebagai media promosi.

Berdasarkan penjelasan dari para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa instagram adalah salah satu alat komunikasi dan berinteraksi dengan banyaknya pengguna instagram yang fungsi utamanya adalah membagikan foto maupun video kepada pengguna lainnya tanpa batas. Media sosial Instagram menyediakan layanan utama dalam bentuk gambar maupun video sehingga orang tidak akan mengalami kesulitan untuk melihat gambar, iklan yang kita share melalui Instagram.

Pariwisata berasal dari bahasa sansakerta yaitu pari (penuh, lengkap, berkeliling), wis (rumah, properti, kampung, komunitas), ata (pergi terus menerus, mengembara). Pariwisata juga diartikan sebagai segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk perusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut.

Wisata diartikan sebagai kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela dan bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata. Pariwisata (*tourism*) adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat tempat lain, dengan maksud bukan untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut, guna pertamasyaan dan rekreasi atau memenuhi keinginan yang beranekagam.

Menurut Undang-undang nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah,

dan Pemerintah Daerah.

Menurut KBBI, (2024), rekreasi merupakan penyegaran kembali badan dan pikiran dan merupakan suatu hal yang menggembirakan hati dan menyegarkan seperti salah satunya ialah piknik.

Menurut Wahyu et al. (2022), rekreasi merupakan rencana yang Tuhan berikan kepada manusia agar tetap memiliki kekuatan yang baru dalam menghadapi kehidupan. Rekreasi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk mengisi waktu yang ada dengan memiliki tujuan untuk relaksasi atau ketenangan. Hal ini memiliki kesanggupan untuk mengatasi kesehatan mental.

Dengan banyaknya jenis aktivitas yang rekreatif, rekreasi dapat memulihkan keseimbangan antara tubuh dan pikiran seseorang, serta dapat memperbaiki energi yang sebelumnya terkuras oleh tekanan dan kegiatan rutinitas setiap hari. Terjebak dalam rutinitas dapat menyebabkan kejenuhan, kelelahan, dan perasaan bosan. Sebab itu, rekreasi diperlukan untuk dapat menyegarkan diri dan mengembalikan kelelahan maupun kejenuhan di dalam kehidupan.

METODE PENELITIAN

Dalam menyelesaikan penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Artinya, data yang dikumpulkan bukan berupa data angka, melainkan data yang berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, catatan atau memo peneliti dan dokumen resmi lain yang mendukung. Tujuan menggunakan pendekatan kualitatif adalah agar peneliti dapat menggambarkan realita empiris di balik fenomena yang terjadi terkait dengan peran media sosial dalam mengembangkan potensi pariwisata di Pantai Karang Bebai secara mendalam, rinci dan tuntas.

Tempat penelitian ini dilaksanakan di Pantai Karang Bebai, Pekon Tengor Kecamatan Cukuh balak Kabupaten Tanggamus. Waktu penelitian di mulai dari Observasi pada tanggal 7 Mei dan Penelitian hasil pada tanggal 5 Oktober sampai 21 Oktober 2024. Waktu pelaksanaan ini terdiri dari persiapan, penelitian lapangan, penyusunan, dan tahap terakhir penelitian.

Subjek yang dimaksud dalam penelitian ini adalah beberapa pihak yang dapat memberikan informasi yang

dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu:

(1 Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Kecamatan Cukuh balak yang terjun ke lapangan dalam rangka pengembangan potensi pariwisata di Pantai Karang Bebai, sehingga diharapkan peneliti mampu mendapatkan data yang lebih akurat mengenai peran Media Sosial dalam pengenalan pariwisata di Pantai Karang Bebai. (2 Masyarakat Pekon Tengor yang tinggal di sekitar lokasi Pantai Karang Bebai. Masyarakat sekitar diharapkan dapat memberikan informasi relevan, menyampaikan realita yang diketahui tentang potensi dan hambatan yang ada di pantai Karang bebai. (3 Wisatawan yang berkunjung ke Pantai Karang Bebai, sehinga diharapkan peneliti mampu mendapatkan informasi terkait peran media sosial, hambatan dan juga kesan yang dirasakan selama berada di Pantai Karang bebai.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari dua macam, yaitu: (1 Sumber data primer yaitu data utama yang diperoleh dari informan yang didapat dari hasil tanya jawab. (2 Sumber data sekunder yaitu data yang peneliti peroleh dari buku-buku dan literatur yang terkait dengan permasalahan penelitian ini.

Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, maka penulis akan menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indera mata sebagai alat bantu utamanya selain panca indera lainnya seperti telinga, penciuman, mulut, dan kulit. Oleh karena itu, observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja panca indera mata serta dibantu dengan panca indera lainnya. Dapat disimpulkan bahwa teknik observasi adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan.

Wawancara yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dan informan. Pewawancara adalah orang yang melakukan wawancara dan menentukan materi yang akan ditanyakan serta kapan dimulai dan kapan diakhiri. Sedangkan informan adalah orang yang di wawancarai dan memberikan informasi kepada pewawancara. Untuk

memperoleh data yang lebih valid, peneliti mengadakan wawancara langsung dengan informan antara lain wisatawan pantai Karang bebai dan warga lokal sekitar pantai Karang Bebai.

Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data informasi yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang berupa catatan, transkrip, buku-buku, surat kabar, majalah, foto, dan sebagainya yang berkenaan dengan penelitian. Pada intinya metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Dalam hal ini peneliti perlu mengumpulkan data yang berupa dokumentasi yang berkaitan dengan penelitian ini. Data dokumentasi ini termasuk diantaranya keindahan Pantai Karang Bebai dan wisatawan yang berkunjung ke Pantai Karang Bebai.

Teknik analisis data kualitatif terdiri dari tiga tahapan kegiatan yang saling terkait satu sama lain yaitu, reduksi data, penyajian (*display*) data dan penarikan kesimpulan. Menurut Sugiono ada tiga tahapan dalam analisis data kualitatif yaitu : 1) Reduksi Data (*Data Reduction*), merupakan proses penyederhanaan dan pengkatagorian data. Proses ini merupakan upaya

penemuan tema dan pembentukan konsep. 2) Penyajian Data (*Data Display*), setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Proses ini dilakukan untuk mempermudah penulis dalam mengkontruksi data kedalam sebuah gambaran sosial yang utuh. Selain itu untuk memeriksa sejauh mana kelengkapan data yang tersedia. Selanjutnya dalam mendisplaykan data selain dengan teks naratif juga dapat berupa dengan grafik, matrik, network dan chat. Dengan mendisplaykan data maka akan memudahkan untuk memahami apa yang telah dipahami tersebut. 3) Penarik Kesimpulan (*Verification*), kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya pernah ada.

HASIL PENELITIAN DAN

PEMBAHASAN

Peran Media Sosial Instagram dalam Pengenalan Pariwisata

Peran media sosial instagram dalam pengenalan pariwisata Pantai Karang Bebai berdasarkan hasil wawancara dengan POKDARWIS dan masyarakat Pekon Tengor yaitu:

Bapak Setiawan Sukma selaku Anggota POKDARWIS Kecamatan Cukuh balak menyebutkan bahwa “Media sosial sangat bermanfaat dalam mempromosikan pariwisata di Pantai Karang Bebai. Karena media sosial dapat menjangkau informasi dalam lingkup yang luas dan tak cepat, masyarakat dengan mudah membagikan informasi dan promosi wisata di pantai Karang Bebai.” Berdasarkan hasil wawancara dengan Pak Sukma menggambarkan bahwa media sosial sangat berperan penting dalam mempromosikan pariwisata di Pantai Karang Bebai. Di era sekarang, dengan adanya media sosial, masyarakat bisa mengakses dengan mudah informasi tentang wisata di Pantai Karang Bebai.

Ayub selaku masyarakat Cukuh Balak menyebutkan bahwa “dalam mengakses informasi destinasi wisata di Pantai Karang Bebai, saya bisa dengan mudah mengakses informasi melalui media sosial, baik dari *Instagram*, *youtube*, *Tiktok* Pantai Karang Bebai dan lain-lain sebagainya sehingga dengan mudah untuk mengetahui informasi terupdate.” Berdasarkan hasil wawancara dengan Ayub menggambarkan bahwa media sosial adalah wadah untuk mengakses

informasi terbaru mengenai dengan destinasi wisata. Dengan adanya media sosial membuat masyarakat mudah untuk mendapatkan informasi destinasi yang terletak di Pantai Karang Bebai.

Bapak Wardoyo selaku masyarakat Pekon Tengor menyebutkan bahwa “Wisata di Pantai Karang Bebai hanya dikelola dan dibuka pada hari besar seperti tahun baru dan lebaran, kalau dengan adanya media sosial dapat mempromosikan Pantai ini dan menjadikan banyak pengunjung yang datang maka besar kemungkinan pantai ini akan dikelola dan dibuka setiap hari.” Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Wardoyo menggambarkan Pantai Karang Bebai mempunyai potensi yang hanya dimanfaatkan saat Peringatan hari besar saja, namun apabila promosi melalui Media sosial dapat membuat pantai ini dikunjungi banyak wisatawan, kemungkinan akan dikelola dan dibuka setiap hari.

Iqbal selaku Wisatawan Pantai Karang bebai menyebutkan bahwa “dalam mempromosikan wisata Pantai Karang Bebai, media sosial sangat berperan penting. Kalau bisa menggunakan semua social media agar masyarakat luas tau di Karang bebai

mempunyai potensi wisata yang bagus.” Berdasarkan hasil wawancara dengan Iqbal menggambarkan bahwa media sosial sangat berperan penting. Masyarakat lokal, nasional dan internasional bisa dengan mudah mengakses wisata Pantai Karang Bebai melalui media sosial seperti instagram, youtube dan lain sebagainya.

Ghufron selaku wisatawan pantai Karang bebai menyebutkan bahwa “dengan adanya media sosial, saya dapat memperoleh informasi tentang adanya pantai di Karang Bebai, Pantai ini sangat berpotensi namun tertutup Karena minimnya akses dan informasi yang di berikan dari sini. Maka dengan adanya media sosial diharapkan menjadi wadah baru untuk lebih baik.” Berdasarkan hasil wawancara dengan Ghufron menggambarkan bahwa media sosial berperan penting dalam mempromosikan destinasi wisata dan menganggap Pantai Karang bebai mempunyai potensi yang baik untuk dikelola dan di bagikan ke sosial media agar dikenal masyarakat luas. Oleh karena itu Informan mengharapkan Pantai Karang Bebai dapat dikelola dengan baik agar potensi pada Pantai ini dapat dimanfaatkan masyarakat dan di

rasakan oleh masyarakat luas saat berkunjung di pantai Karang Bebai.

Hambatan dalam Pengenalan Pariwisata Melalui Media Sosial

Hambatan dalam pengenalan pariwisata pantai Karang Bebai melalui media sosial terdiri dari 2 faktor, yaitu :

Faktor Penghambat Internal

- 1) Masyarakat sekitar belum memanfaatkan potensi pariwisata pantai Karang Bebai sebagai tempat wisata yang dapat menguntungkan masyarakat sekitar.
- 2) POKDARWIS kecamatan Cukuh Balak hanya mengelola pariwisata pantai Karang Bebai disaat peringatan hari besar saja. Sedangkan hari-hari biasa dibiarkan bebas dan dibiarkan alami.
- 3) POKDARWIS dan Masyarakat tidak mempergunakan media sosial sebagai alat mempromosikan pariwisata pantai Karang Bebai sehingga potensi pantai ini tidak dapat tersampaikan ke masyarakat luar daerah.
- 4) Belum adanya fasilitas yang memadai untuk dijadikan daya

Tarik lebih kepada wisatawan, hal ini terjadi karena pantai ini tidak dikelola dengan baik oleh POKDARWIS maupun masyarakat sekitar pantai.

- 5) Belum adanya pengarahan dan pendampingan dari Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus yang membuat POKDARWIS dan Masyarakat tidak tau bagaimana pengelolaan pariwisata yang baik dan menguntungkan untuk Pengelola dan Dinas Pariwisata terkait.

Faktor Penghambat Eksternal

- 1) Akses menuju lokasi yang jauh dan melewati jalan yang rusak membuat perjalanan menuju pantai sangat melelahkan, terutama jalan di Kecamatan Bulok - Limau yang terbilang rusak parah.
- 2) Transportasi umum menuju lokasi hanya ada kendaraan Travel, itupun kurang dari 10 kendaraan yang beroperasi antara Bandar Lampung-Cukuh Balak.
- 3) Akses koneksi internet di Kecamatan Cukuh balak hanya ada Provider Telkomsel dengan kecepatan di bawah 1Mbps, sedangkan provider lain masih

belum tersedia di seluruh daerah Cukuh Balak.

- 4) Fasilitas pendukung seperti Hotel, Rumah Makan, Café dan Pusat pembelanjaan yang kurang memadai membuat wisatawan kesulitan memenuhi kebutuhan selama berkunjung di Pantai Karang bebai.

Tingkat Keberhasilan Media Sosial Instagram dalam Pengenalan Pariwisata di Pantai Karang Bebai

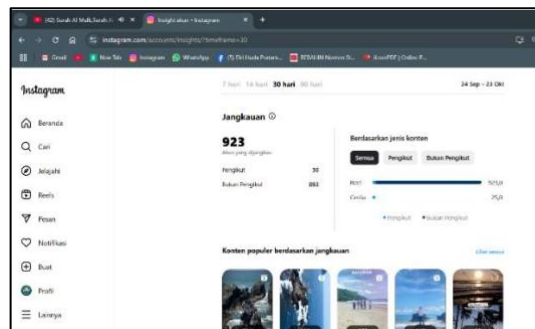
Media sosial merupakan media yang transparan, menyebar dengan cepat, memiliki jejak yang susah ditinggalkann artinya media sosial merupakan media yang terbuka, sehingga keefektivan penggunaan media sosial ini pun gampang untuk kita ketahui. Dengan banyaknya jumlah pengikut, suka, komentar dan luasnya jangkauan setiap postingan dapat menjadi dasar tingkat keberhasilan media sosial dalam pengenalan pariwisata di pantai Karang Bebai. Untuk melihat keberhasilan dalam media sosial instagram dapat dilihat dengan jelas berapa follower akunya, artinya adalah semakin banyak pengikut di akun tersebut maka tingkat keberhasilan promosi menggunakan

media sosial tadi adalah berhasil. Kemudian berapa banyak respon yang diberi oleh masyarakat, ini bisa diketahui dari komentar dan juga saran-saran yang diberikan masyarakat.

Selain itu, keberhasilan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dapat dilihat kunjungan wisatawan yang datang melalui informasi yang didapatkan melalui media sosial tersebut. Dengan begitu apa yang disampaikan melalui media sosial dapat direalisasikan dan di buktikan keberhasilannya secara nyata. Promosi melalui instagram menimbulkan kepercayaan bagi konsumennya karena banyak testimoni maupun komentar-komentar yang bermanfaat bagi pengguna untuk mengetahui informasi lebih. Konten berupa gambar dan video dengan fitur HD tampil secara gagah dan canitk di timeline sehingga menimbulkan kepercayaan dan minat masyarakat untuk mengunjungi pantai Karang Bebai. Fungsi dan peran media sosial instagram ini mengubah cara seseorang berkomunikasi yang semula satu dan dua arah, kini menjadi segala arah. Ini juga dapat menjadi saluran penting untuk berhubungan dengan opini konsumen dan bagaimana cara

mengajak khalayak umum untuk memecahkan masalah mengenai produk baru dan layanan.

Dalam hal ini pengenalan pariwisata pantai Karang Bebai menggunakan akun instagram @karangbebai_beach Memiliki 83 pengikut, memiliki 12 postingan berupa reels agar dapat menjangkau pengguna media sosial diluar pengikut. Dari beberapa reels yang di unggah memiliki 923 tayangan dalam 1 bulan terakhir yang terdiri dari 30 pengikut dan 893 bukan pengikut.



Gambar 1. Jangkauan Media Sosial Karangbebai_beach

Akun Instagram ini hanya memiliki 84 Pengikut dan kurang menjangkau pengguna instagram diluar pengikut, akhirnya di gunakan cara lain untuk menambah jangkauan yaitu dengan cara memberikan hastag (#) sesuai dengan topik reel yang diunggah. Selain itu menggunakan fitur tanda dan kolaborator dengan beberapa akun

Instagram lain agar menjangkau akun diluar pengikut. Hasilnya jumlah tayangan dan respon Akun Karangbebai_Beach meningkat sekitar 11 kali lipat dari jumlah pengikut Instagram yang dimiliki.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai peran media sosial dalam pengenalan pariwisata pantai Karang Bebai Sebagai Sarana Rekreasi di Tanggamus dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Peran media sosial sangat penting dalam mempromosikan pariwisata di Pantai Karang Bebai. Dengan adanya media sosial, masyarakat bisa mengakses dengan mudah informasi tentang wisata di Pantai Karang Bebai. Media sosial adalah wadah untuk mengakses informasi terbaru mengenai dengan destinasi wisata. Dengan adanya media sosial membuat masyarakat mudah untuk mendapatkan informasi destinasi yang terletak di Pantai Karang Bebai.
2. Hambatan internal yang ada di Pantai Karang Bebai cukup banyak, Masyarakat sekitar belum memanfaatkan potensi pariwisata

pantai Karang Bebai sebagai tempat wisata yang dapat menguntungkan masyarakat sekitar.

POKDARWIS Kecamatan Cukuh Balak hanya mengelola pariwisata pantai Karang Bebai disaat peringatan hari besar saja. Sedangkan hari hari biasa dibiarkan bebas dan dibiarkan alami. Selain itu, POKDARWIS dan Masyarakat tidak mempergunakan media sosial sebagai alat mempromosikan pariwisata Pantai Karang Bebai sehingga potensi pantai ini tidak dapat tersampaikan ke masyarakat luar daerah. Hambatan eksternal seperti akses menuju lokasi yang jauh dan melewati jalan yang rusak membuat perjalanan menuju pantai sangat melelahkan, keadaan ini semakin diperparah karena jalan yang sepi dan lingkungan hutan pegunungan membuat keamanan menuju lokasi kurang aman dan rawan kejahatan yang memanfaatkan kesempatan.

3. Pengenalan pariwisata pantai Karang Bebai menggunakan Akun Instagram

@karangbebai_beach Memiliki 83 pengikut, memiliki 12 Postingan berupa reels agar dapat menjangkau pengguna media sosial diluar pengikut. Dari beberapa reels yang di unggah memiliki 923 tayangan dalam 1 bulan terakhir yang terdiri dari 30 pengikut dan 893 bukan pengikut. Akun Instagram ini hanya memiliki 83 Pengikut dan kurang menjangkau pengguna Instagram diluar pengikut, Hasilnya jumlah tayangan dan respon Akun Karangbebai_Beach meningkat sekitar 11 kali lipat dari jumlah pengikut Instagram yang dimiliki.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Peran Media Sosial dalam pengenalan pariwisata Pantai Karang Bebai sebagai sarana rekreasi di Tanggamus dapat dikemukakan saran sebagai berikut :

1. Pantai Karang Bebai sangat berpotensi besar untuk dikelola dengan baik maka dari itu hendaknya POKDARWIS dan Masyarakat di Pekon Tengor dapat mengelola Pantai ini dengan baik, mulai dari Akses masuk, Fasilitas, Pelayanan hingga Daya

Tarik aktivitas yang dapat dilakukan dipantai ini untuk menarik wisatawan yang lebih banyak lagi.

2. Pengelola dan masyarakat perlu aktif dalam mempromosikan Pariwisata Pantai Karang Bebai dengan menggunakan media sosial sehingga informasi terkait potensi dan daya Tarik Pantai Karang bebai dapat tersampaikan kepada masyarakat yang lebih luas jangkauannya.
3. POKDARWIS selaku pengelola dan Masyarakat selaku warga yang akan memanfaatkan potensi Pantai Karang bebai perlu bergotong royong memperbaiki kekurangan yang dimiliki saat ini untuk menunjang potensi yang dimiliki Pantai Karang Bebai.
4. Untuk Pembaca serta Peneliti selanjutnya agar lebih memperluas dan memfokuskan kajian tentang Olahraga Pariwisata (*Sport Tourism*) yang tidak di banyak bahas dalam penelitian ini. Agar dengan adanya penelitian *Sport Tourism* dapat menambah keragaman penelitian dalam bidang Olahraga.

DAFTAR PUSTAKA

Anslem Strauss & Juliet Corbin, 2014, *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Pustaka Pelajar

Denis McQuail, 2019, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Jakarta: Erlangga

Deru., R.I & Cindy., J. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan Padjadjaran*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

<https://survei.apjii.or.id/>

Irma. (2017). Peran Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Bisnis Online. *Jurnal Online Kinesik*, Vol. 4 No. 2, hal. 1-12.

KBBI. (2024). *Rekreasi*. In *Kamus Besar Bahasa Indonesia (III)*.

Nasrullah, Rulli. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*. Bandung. Simbiosis Rekatama Media

Nugraha, YE., Dami, K., 2021. *Upaya Promosi Pariwisata Pantai Liman Dengan Pemanfaatan Media Sosial (Studi Kasus Pada Akun Instagram @pantailimansemau)*. Vol 4 No 1

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan*

R&D. Bandung: Alfabeta. Utama., I.G.B.R. (2016). *Pengantar industri pariwisata*. Deepublish: Yogyakarta

UU No. 10 Tahun 2009

Wahyu, D., Sinaga, J., Arlinta, C. Y., & Sinambela, J. L. (2022). *Pandangan Gereja Advent Terhadap Rekreasi Dari Sudut Pandang Lukas 21: 34 Dan Tulisan Roh Nubuat*. *Angelion: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristen*, 3(2), 164–176.

Yulesti. 2017. *Pengertian Pariwisata*. Doctoral dissertation, Riau University.

