

OPTIMALISASI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL DI DINAS PARIWISATA KOTA PALEMBANG

Jessi Kevita*¹
Desy Misnawati²

^{1,2} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial Humaniora, Universitas Bina Darma, Palembang

*e-mail: Jessikevita200@Gmail.com¹ desy_misnawati@binadarma.ac.id²

Abstrak

Teknologi informasi, khususnya media sosial, memainkan peran vital dalam mempromosikan berbagai sektor, termasuk pariwisata. Media sosial seperti Instagram digunakan sebagai alat komunikasi interaktif untuk memperkuat citra destinasi wisata. Penelitian ini bertujuan mengevaluasi penggunaan akun Instagram @pariwisata.palembang oleh Dinas Pariwisata Kota Palembang melalui program Studi Independen. Metode pengabdian masyarakat dilakukan dalam tiga tahap: persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Hasil menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial Instagram yang terstruktur dan berkualitas berkontribusi positif terhadap promosi pariwisata Kota Palembang. Mahasiswa berpartisipasi dalam pembuatan konten kreatif, peliputan acara besar seperti Festival Jazz Internasional Suara Musi 2024, serta pengelolaan program podcast "CAWIS (Bincang Pariwisata)." Aktivitas ini menghasilkan peningkatan interaksi akun hingga mencapai 1.905.999 tayangan dan peningkatan jangkauan sebesar 37,6%. Pengalaman ini membuktikan bahwa kolaborasi antara kreativitas, pemahaman audiens, dan strategi digital marketing yang efektif dapat memperkuat brand awareness pariwisata lokal. Media sosial tidak hanya menjadi alat promosi, tetapi juga sarana strategis dalam membangun hubungan antara pemerintah dan masyarakat, serta menarik wisatawan nasional dan internasional.

Kata kunci: Pemasaran Digital, Instagram, media sosial, pariwisata, promosi destinasi

Abstract

Information technology, especially social media, plays a vital role in promoting various sectors, including tourism. Social media such as Instagram is used as an interactive communication tool to strengthen the image of tourist destinations. This study aims to evaluate the management of the @pariwisata.palembang Instagram account by the Palembang City Tourism Office through the Independent Study program. The community service method is carried out in three stages: preparation, implementation, and evaluation. The results show that structured and quality management of Instagram social media contributes positively to the promotion of tourism in Palembang City. Students participate in the creation of creative content, coverage of major events such as the 2024 Suara Musi International Jazz Festival, and the management of the podcast program "CAWIS (Tourism Talk)." This activity resulted in an increase in account interaction to reach 1,905,999 impressions and an increase in reach by 37.6%. This experience proves that collaboration between creativity, audience understanding, and effective digital marketing strategies can strengthen local tourism brand awareness. Social media is not only a promotional tool, but also a strategic means in building relationships between the government and the community, as well as attracting national and international tourists.

Keywords: Digital Marketing, Instagram, Social Media, Tourism, Destination Promotion

PENDAHULUAN

Teknologi informasi, terutama media sosial, telah berkembang dengan sangat pesat. Media sosial berfungsi sebagai platform komunikasi dan kolaborasi yang menciptakan berbagai jenis interaksi baru yang sebelumnya sulit dijangkau oleh masyarakat umum (Chris Brogan, 2010). Sebagai platform online yang sangat diminati, media sosial memiliki peran vital dalam membangun interaksi sosial dan menyebarkan informasi. Teknologi ini dirancang untuk memberikan kemudahan dalam mengakses informasi sesuai kebutuhan masyarakat, serta membawa pengaruh yang signifikan, baik di lingkungan internal maupun eksternal. Pengguna media sosial mencakup berbagai kelompok usia, mulai dari anak-anak usia sekolah hingga individu yang telah pensiun.

Media termasuk salah satu komponen dalam komunikasi, berfungsi sebagai alat bantu yang memungkinkan pengirim menyampaikan pesan kepada penerima (Nurudin, 2016). Kehadiran media komunikasi berbasis online telah menjadi sarana untuk berbagi foto dengan kerabat, mempublikasikan pengalaman, menyampaikan opini atau hasil observasi, menyebarkan informasi yang menghibur tentang pengembangan diri, hingga menghasilkan pendapatan dari internet itu sendiri (Perebinossof, 2005).

Interaktivitas adalah salah satu ciri khas media baru, di mana pengguna memiliki kebebasan untuk memilih informasi yang mereka butuhkan atau inginkan. Dalam konteks ini, media sosial berfungsi sebagai alat yang dapat mempercepat dan meningkatkan kemampuan individu dalam berinteraksi serta berkolaborasi dengan orang lain. Media sosial juga memungkinkan khalayak untuk berpartisipasi aktif, berbagi pendapat, memberikan komentar, dan menyebarkan informasi tanpa batasan waktu maupun tempat.

Hubungan birokrasi pemerintah sering kali menciptakan jarak antara pemerintah dan masyarakat. Media sosial kemudian berperan sebagai ruang siber (cyberspace) yang mampu mendekatkan keduanya (Nasrullah, 2014). Di era yang didominasi oleh visual seperti sekarang, Instagram dapat digunakan sebagai platform informasi untuk mempromosikan pariwisata, budaya, kuliner, keindahan alam, dan hal-hal lain yang berkaitan dengan suatu daerah. Saat ini, hampir setiap daerah di Indonesia memiliki akun Instagram yang dikelola baik oleh pemerintah maupun individu di luar pemerintahan.

Pengelolaan Instagram oleh Dinas Pariwisata Kota Palembang didasarkan pada fungsinya sebagai media promosi utama yang mampu menjangkau audiens secara luas, baik lokal, nasional, maupun internasional. Pengelolaan konten Instagram yang terstruktur dan berkualitas dapat meningkatkan citra Kota Palembang sebagai destinasi wisata unggulan serta mendorong pertumbuhan jumlah wisatawan. Akun Instagram @pariwisata.palembang, dengan strategi konten yang matang, dapat menjadi sumber informasi yang kredibel dan menarik bagi masyarakat.

Berdasarkan pengamatan, Dinas Pariwisata Kota Palembang mengelola akun Instagram dengan nama @pariwisata.palembang yang memiliki 1,104 juta pengikut dan 11,4 ribu unggahan. Akun ini memuat berbagai informasi terkait destinasi wisata, kuliner, acara, serta kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Palembang. Namun, meskipun akun ini memiliki jumlah unggahan dan pengikut yang besar, pengelolaan Instagram secara strategis dan efektif masih perlu ditingkatkan. Akun ini belum sepenuhnya optimal dalam menyajikan informasi yang relevan, interaktif, dan menarik bagi audiens.

Disinilah penulis ingin menerapkan ilmu yang diterima selama dibangku perkuliahan dan belajar dengan hal-hal baru, yang tidak pernah penulis dapatkan sebelumnya. Dari sini penulis ingin mengenal lebih dekat proses produksi konten media sosial dan belajar bagaimana strategi digital marketing dinas pariwisata kota palembang dalam pembuatan konten untuk dipublikasi melalui media sosial instagram. Dengan begitu, penulis akan lebih banyak belajar kan berbagai hal mengenai produksi konten yang ada di dinas pariwisata kota palembang.

METODE

Kegiatan ini dilaksanakan dalam bentuk pengabdian kepada masyarakat dengan menerapkan Metode Pengabdian Masyarakat yang mencakup tiga tahapan utama, yaitu: 1) Tahap Persiapan, 2) Tahap Pelaksanaan, dan 3) Tahap Evaluasi. Pengabdian ini dilakukan melalui program Studi Independen di Dinas Pariwisata Kota Palembang, yang melibatkan partisipasi langsung dalam berbagai aktivitas.

Subjek pengabdian ini dapat diimplementasikan oleh Dinas Pariwisata Kota Palembang untuk mengoptimalkan peran digital marketing dalam memperkenalkan lebih mendalam program-program pariwisata Palembang. Fokus utama adalah mengoptimalkan penggunaan media sosial Dinas Pariwisata Kota Palembang sebagai sarana komunikasi dua arah dengan publik. Melalui pengelolaan ini, peran Digital Marketing di Dinas Pariwisata Kota Palembang akan semakin optimal, serta hubungan baik antara Dinas Pariwisata dan masyarakat akan semakin terjalin erat.



Gambar 1 : Diagram Tahapan Pengabdian Masyarakat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat sebagai berikut :

1. PERSIAPAN

Pada tahap ini, penulis akan mengikuti program Studi Independen di Dinas Pariwisata Kota Palembang, pada tahap ini pula penulis melakukan konfirmasi kepada pihak Dinas Pariwisata Kota Palembang terkait dengan program yang akan dijalani, selanjutnya, tahap persetujuan dilakukan oleh pihak kampus, yang disertai dengan surat tugas dari program MBKM Universitas Bina Darma. Setelah persetujuan diperoleh, mahasiswa mendapatkan bimbingan dari pihak Dinas Pariwisata untuk mengenal lingkungan kerja di instansi tersebut, termasuk mengenal berbagai divisi yang ada, profil organisasi, serta aktivitas utama Dinas Pariwisata Kota Palembang. Program ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan pengalaman praktis dalam pengelolaan media sosial sebagai bagian dari strategi digital marketing yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata.



Gambar 2 : Persiapan Studi Independen

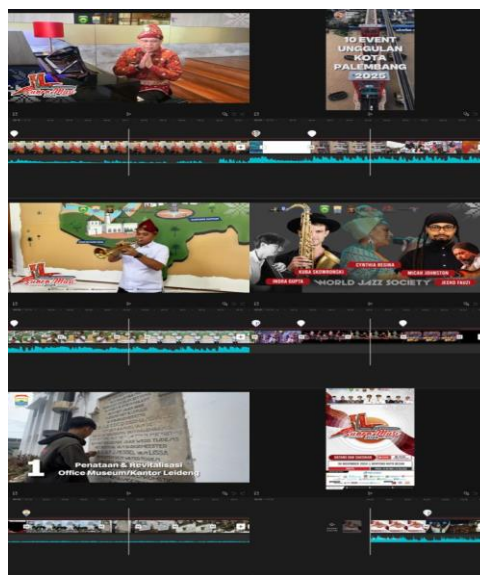
2. PELAKSANAAN

Penulis melaksanakan Kegiatan Studi Independen selama 3 bulan dimulai pada tanggal 19 September 2024 sampai dengan 19 Desember 2024 di Dinas Pariwisata Kota Palembang. Kegiatan Studi Independen dilakukan di dalam Divisi Digital Marketing.

Pada tahap ini penulis berpartisipasi pada tugas tim media sosial dalam membuat sebuah konten mengenai pemasaran ataupun informasi seputar Wisata di Palembang serta membantu dalam podcast cawis (bincang pariwisata) podcast ini rutin diadakan setiap minggu dengan mengundang para narasumber yang kompeten dibidangnya. Serta penulis juga melakukan editing video untuk kebutuhan konten Instagram Dinas Pariwisata Kota Palembang.

Sebagai bagian dari program kolaborasi dan pengembangan keterampilan di bidang komunikasi, penulis turut serta dalam pelaksanaan sebuah event yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata Kota Palembang seperti event calor run, festival band and Competition 2024, festival Jazz Internasional Suara Musi 2024, dan launching calender charming of 2024. Event ini bertujuan untuk mempromosikan potensi wisata lokal dan memperkenalkan berbagai kekayaan budaya Palembang kepada masyarakat luas.

Sebagai bagian dari tim media sosial dalam sebuah event yang diadakan oleh Dinas Pariwisata Kota Palembang, tugas dan tanggung jawab melibatkan berbagai aspek yang mendukung suksesnya acara secara digital. Berikut adalah deskripsi kerja dan peran dalam tim media sosia yang penulis jalani, Mendokumentasikan foto dan video dari kegiatan, suasana, dan partisipasi pengunjung. Melakukan siaran langsung (live) di platform seperti Instagram untuk meningkatkan engagement audiens. Mengupdate perkembangan acara secara real-time melalui unggahan instastory, atau post.



Gambar 3 : Editing Video Konten IG @Pariwisata.Palembang

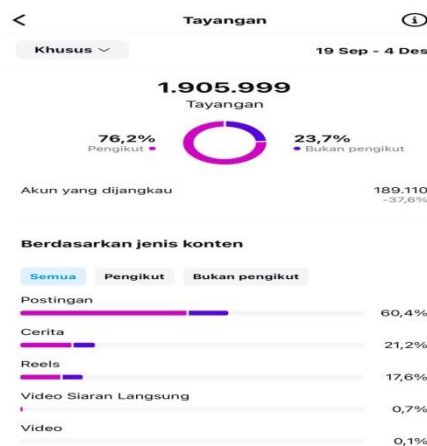


Gambar 4 : Proses Liputan Konten Dan Podcast

3. EVALUASI

Tahap ini merupakan evaluasi kegiatan selama tiga bulan yang dilakukan di Dinas Pariwisata Kota Palembang dalam lingkup digital marketing. Hasil dari pengelolaan media sosial, khususnya Instagram, menunjukkan kontribusi yang sangat positif. Selama program studi independen, berbagai materi konten berupa foto dan video berhasil ditambahkan ke akun media sosial. Konten ini bertujuan untuk mempromosikan berbagai kegiatan dan acara yang diadakan oleh Dinas Pariwisata, sekaligus mendukung promosi destinasi wisata di Kota Palembang.

Keberhasilan program ini tercermin dari peningkatan interaksi pada konten yang diunggah melalui akun @pariwisata.palembang. Analisis terhadap demografi pengikut memungkinkan tim untuk membuat dan mengunggah konten yang relevan dan efektif dalam meningkatkan engagement. Berdasarkan data, akun @pariwisata.palembang berhasil mencapai 1.905.999 tayangan, menjangkau 37,6% lebih banyak pengguna, serta menarik 26,2 ribu kunjungan profil.



Gambar 5 : Insight Akun Instagram @Pariwisata.Palembang

PEMBAHASAN

Media sosial merupakan media yang memungkinkan setiap orang berinteraksi maupun bersosialisasi dan berkomunikasi tanpa terhalang ruang dan waktu (Fitriani, 2017). Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Dalam konteks kegiatan Program Studi Independen di bidang digital marketing, strategi pengelolaan media sosial Instagram yang diterapkan oleh tim digital marketing di Dinas Pariwisata Kota Palembang memiliki manfaat yang signifikan bagi instansi terkait. Pada tahap awal, berfokus pada adaptasi dengan lingkungan kerja Dinas Pariwisata Kota Palembang, memahami berbagai kegiatan operasional, serta menganalisis lebih dalam terkait tugas dan prosedur yang ada. Langkah ini menjadi fondasi penting untuk memastikan dapat menyesuaikan diri dengan baik sebelum memulai strategi pengelolaan konten dan interaksi yang efektif di platform Instagram.

Bulan kedua, Tugas utama mencakup pengelolaan media sosial, termasuk pembuatan konten Instagram, yang fokus pada proses kreatif untuk menghasilkan konten yang menarik, informatif, dan estetik. terlibat dalam pembuatan video dan foto yang dirancang untuk menarik minat audiens. Sebagai bagian dari tim digital marketing, penulis diberi tanggung jawab untuk mengedit video yang digunakan sebagai konten Instagram, sebuah platform penting yang digunakan untuk menarik perhatian dan meningkatkan brand awareness terhadap pariwisata kota Palembang.

Lebih dari sekadar editing video, penulis juga turut berperan aktif dalam proses syuting, terlibat langsung sebagai bagian dari tim kamera untuk podcast "CAWIS (Bincang Pariwisata)", sebuah program yang menghadirkan narasumber-narasumber kompeten dari berbagai sektor pariwisata. Dalam podcast ini, penulis mendapatkan wawasan yang mendalam mengenai perkembangan pariwisata di Palembang serta strategi promosi yang digunakan untuk memperkenalkan destinasi wisata lokal kepada audiens yang lebih luas, baik nasional maupun internasional.

Bulan ketiga, Pada bulan terakhir ini diberikan kesempatan untuk menjadi bagian dari tim liputan dalam acara bergengsi, yakni Festival Jazz Internasional Suara Musi 2024 dan peluncuran Calendar Charming 2024. Acara yang diselenggarakan dengan penuh semangat ini menjadi salah satu momen penting dalam dunia musik dan budaya, terutama bagi para penggemar jazz dan seni di Palembang serta seluruh Indonesia. Sebagai bagian dari tim liputan, penulis bertanggung jawab untuk menghasilkan konten yang menarik dan relevan, khususnya untuk kebutuhan media sosial Instagram yang memiliki audiens yang luas dan beragam.

Sebagai bagian dari tim liputan, penulis bertugas untuk mengabadikan momen-momen penting selama acara berlangsung. Mulai dari persiapan di balik layar, penampilan para musisi, hingga antusiasme para pengunjung yang hadir. Setiap detail ini dituangkan dalam bentuk foto dan video yang dikemas dengan gaya yang sesuai dengan branding Instagram, dengan tujuan untuk menarik perhatian audiens, meningkatkan interaksi, dan tentunya memperkenalkan lebih jauh acara ini kepada khalayak.

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilaksanakan, pengelolaan media sosial Instagram oleh tim digital marketing di Dinas Pariwisata Kota Palembang menunjukkan pentingnya pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan brand awareness pariwisata lokal. Seluruh tahapan mulai dari adaptasi kerja, pembuatan konten, hingga peliputan acara besar memberikan kontribusi nyata dalam mendukung strategi promosi pariwisata. Hal ini memperlihatkan bahwa

media sosial bukan hanya sekadar alat komunikasi, tetapi juga sarana efektif untuk membangun citra destinasi wisata dan menarik perhatian audiens yang lebih luas.

Pengalaman yang diperoleh selama tiga bulan ini menegaskan bahwa kolaborasi antara kreativitas, pemahaman akan kebutuhan audiens, dan keterampilan teknis dalam produksi konten mampu menghasilkan dampak positif bagi promosi pariwisata Kota Palembang. Keberhasilan dalam mengelola media sosial Instagram tidak hanya berdampak pada pencapaian target promosi, tetapi juga memperkuat citra profesionalisme Dinas Pariwisata Kota Palembang dalam menyelenggarakan berbagai kegiatan pariwisata.

KESIMPULAN

Pengelolaan media sosial di Dinas Pariwisata Kota Palembang, khususnya dalam rangka digital marketing, terbukti efektif dalam meningkatkan interaksi dan memperkenalkan berbagai potensi wisata di Palembang kepada masyarakat. Melalui program Studi Independen yang dilaksanakan selama tiga bulan, penulis dapat berpartisipasi langsung dalam pembuatan konten media sosial dan kegiatan promosi melalui platform Instagram. Konten yang dihasilkan, berupa foto, video, dan siaran langsung, berhasil meningkatkan engagement dan memperluas jangkauan audiens, dengan akun @pariwisata.palembang mencatatkan hasil yang signifikan, seperti 1.905.999 tayangan dan 26.2 ribu kunjungan profil.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak Dinas Pariwisata Kota Palembang atas dukungan dan serta tim dosen Universitas Bina Darma, serta dosen pembimbing yang telah membantu sehingga pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dapat berjalan lancar. Kami menyadari bahwa pelaksanaan pengabdian masyarakat masih jauh dari sempurna oleh karena itu kami menerima saran demi kesempurnaan kegiatan pengabdian masyarakat selanjutnya, dan semoga kegiatan ini memberikan kebermanfaatan bagi kita semua.

DAFTAR PUSTAKA

- Brogan, C. (2010). *sosial media : Tactics and Tips to Develop your Business Online*. Jhon Wiley & Sons.
- Dr. Rulli Nasrullah, M.si, 2014. (2017). *Teori Dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Prenada Media Group.
- Nurudin. (2016). *Ilmu Komunikasi Ilmiah Dan Populer*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- Perebinosoff, P. (2005). *Programming for Tv, Radio & The Internet*, Second Edition : Strategy . Paperback.
- yuni Fitriani. (2017). Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial sebagai Sarana Penyebaran Informasi bagi Masyarakat. *Paradigma - Jurnal Komputer Dan Informatika*, 19(2), 152. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/paradigma/article/view/2120>