



DAMPAK MEDIA SOSIAL TERHADAP PENINGKATAN PARIWISATA SIKABUNG KABUNG, KABUPATEN DELI SERDANG

THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON INCREASING TOURISM IN SIKABUNG KABUNG, DELI SERDANG DISTRICT

Yogi Permana Sembiring¹⁾, Vina Maria Ompusunggu²⁾
Prodi manajemen Fakultas Sosial Dan Hukum Universitas Quality
E-mail : yogip7988@gmail.com

Abstrak

Media sosial, merupakan media yang memungkinkan penggunaanya untuk saling melakukan aktivitas sosial melalui jaringan internet tanpa dibatasi jarak, ruang dan waktu. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak media sosial terhadap peningkatan wisata alam sikabung kabung, Kabupaten Deli Serdang. metode penelitian yang digunakan adalah peelitian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak media sosial terhadap wisata sikabung kabung memiliki dampak yang positif. Dampak positif yang dirasakan dalam penggunaan media sosial bagi wisata sikabung kabung yaitu sebagai tempat promosi, sebagai tempat memperoleh dan menyebarkan informasi tentang wisata alam sikabung kabung tetapi harus memastikan kebenaran terhadap informasi yang diterima. Berdasarkan hasil wawancara wisatawan sikabung kabung mengetahui wisata alam sikabung kabung melalui media sosial seperti *instagram*, *tik tok*, dan *facebook*.

Kata Kunci: *Media Sosial, Pariwisata*

Abstract

Social media is media that allows users to carry out social activities with each other via the internet network without being limited by distance, space and time. The aim of this research is to determine the impact of social media on increasing natural tourism in Sikabung Kabung, Deli Serdang Regency. The research method used is qualitative research. The results of the research show that the impact of social media on sikabung kabung tourism has a positive impact. The positive impact felt in the use of social media for sikabung kabung tourism is as a place of promotion, as a place to obtain and disseminate information about sikabung kabung natural tourism but must ensure the truth of the information received. Based on the results of interviews, Sikabung Kabung tourists learn about the natural tourism of Sikabung Kabung through social media such as Instagram, Tik Tok, and Facebook.

Keywords: *Social Media, Tourism*

PENDAHULUAN

Wisata alam Sikabung kabung memiliki luas 2 ha yang berada di Sikabung kabung, Kabupaten Deli Serdang. Wisata alam Sikabung kabung merupakan destinasi wisata yang tersembunyi di sisi perkebunan masyarakat. Selain menikmati destinasi sungai wisatawan juga bisa mendirikan *camp* yang sudah disediakan tempatnya. Lahan yang berada di kawasan hutan di Kutalimbaru dimanfaatkan menjadi lokasi wisata baru. Lokasi ini memiliki fasilitas sungai bebatuan, Sungai ini masih terjaga ke asriannya, memiliki air yang jernih dan biru, dikelilingi hutan dan memiliki udara yang sangat bersih. Lokasi ini tidak jauh dari kota Medan, jarak tempuh dari kota Medan berkisar 39 kilometer dan menempuh waktu berkisar 1 jam 21 menit bila ditempuh menggunakan sepeda motor. Biaya masuk kawasan wisata Sikabung- kabung adalah Rp 10.000/orang pada hari kerja dan Rp 15.000/orang pada hari libur.

Wisata tersebut belum banyak diketahui wisatawan, karena belum ada promosi yang dilakukan oleh pemilik wisata. Kemudian pemilik wisata mengajak teman-temannya untuk memperkenalkan wisata yang telah dibukanya, setelah itu pemilik wisata gencar melakukan promosi lewat sosial media, *platform* media sosial yang digunakan yaitu *instagram*, *facebook*, dan *Tik tok*. Setelah rajin melakukan promosi lewat media sosial wisata ini mulai dikenal pada tahun 2022 dan sejak saat itu banyak wisatawan lokal maupun dari luar daerah yang berdatangan untuk menikmati destinasi wisata Sikabung kabung.

Objek wisata sikabung kabung merupakan salah satu jenis wisata yang menarik untuk dikunjungi wisatawan pada waktu senggang maupun untuk liburan bersama keluarga dan kerabat. Hari libur bisa dimanfaatkan oleh sebagian orang untuk beristirahat, berkumpul bersama keluarga, maupun mengunjungi tempat-tempat wisata guna melepas penat dari kegiatan sehari-hari. Tak jarang, tempat-tempat wisata dengan sungguh panorama alam seperti sungai banyak menjadi incaran wisatawan baik untuk *refreshing* jalan-jalan, berfoto, menikmati pemandangan yang ada ataupun untuk tujuan yang lain. Dalam penelitian ini, peneliti tertarik untuk meneliti dampak media sosial terhadap peningkatan sikbaar kabung, kabupaten deli serdang.



BAHAN DAN METODE

Parawisata

Pariwisata adalah berbagai kegiatan perjalanan yang didukung oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan otoritas daerah. Industri pariwisata diartikan sebagai jasa dan barang yang dibutuhkan wisatawan selama perjalanannya. Berikut beberapa penjelasan dari sudut pandang masing-masing ahli:

1. Menurut Wahab dalam Kurniansah, (2014) yaitu pariwisata merupakan suatu kegiatan manusia yang dilakukan secara sadar dan mendapatkan suatu pelayanan secara bergantian diantara orang-orang pada suatu negara itu sendiri ataupun diluar negeri yang mana luar negeri merupakan daerah orang lain atau daerah tetangga. Dalam hal ini tentunya kita ingin melaksanakan pariwisata untuk mencari kesenangan serta kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda-beda.
2. Menurut Prayogo (2018), Pariwisata secara sederhana dapat di defenisikan sebagai perjalanan seseorang atau suatu orang dari satu tempat ke tempat yang lain membuat rencana dalam jangka waktu tertentu, untuk tujuan rekreasi dan mendapatkan hiburan sehingga keinginannya terpenuhi.
3. Menurut UU No. 10 Tahun 2009 tentang parawista dalam pasal 1 ayat 3, Pariwisata adalah segala jenis aktivitas wisata dan didukung dengan dengan segala fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha pemerintah maupun pemerintah daerah.

Media Sosial

Media sosial merupakan media digital tempat realitas sosial terjadi dan ruang-waktu para penggunanya berinteraksi. Nilai-nilai yang ada di masyarakat maupun komunitas juga muncul bisa dalam bentuk yang sama atau berbeda di internet. Pada dasarnya, bebrapa ahli yang meneliti internet melihat bahwa media sosial di internet adalah gambaran apa yang terjadi di dunia nyata, seperti plagiarism (Nasurullah, 2016).

Selain pernyataan di atas, berikut ini adalah defenisi dari media sosial yang berasal dari berbagai peneliti sabagai berikut:



1. Media sosial merupakan alat promosi bisnis yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja, sehingga jaringan promosi bisa lebih luas. Media sosial menjadi bagian yang sangat diperlukan oleh perusahaan dan menjadi salah satu cara terbaik untuk menjadi pelanggan (Susanto dan Astutik, 2020).
2. Media sosial adalah sarana yang ada di internet yang memungkinkan pengguna untuk mempresentasikan dirinya atau berkomunikasi dengan berbagai teks, gambar, video, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2017).
3. Menurut Ardiansyah dan Maharani (2021), media sosial merupakan media atau forum yang digunakan untuk memfasilitasi interaksi antar pengguna lain dan bersifat komunikasi dua arah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, yaitu suatu penelitian secara wawancara dan disesuaikan dengan situasi yang wajar dalam kaitannya dengan pengumpulan data yang pada umumnya bersifat kualitatif. Dengan kata lain penelitian deskriptif bertujuan untuk memperoleh informasi-informasi mengenai keadaan saat ini dan melihat kaitan antara variabel-variabel yang ada. Sedangkan lokasi penelitian Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis. Data dalam penelitian ini dikumpulkan berdasarkan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Objek dalam penelitian ini adalah akun facebook. wawancara kepada pengguna facebook, fotografer dan anggota yang berperan aktif dalam facebook. Serta tidak kalah penting juga melakukan observasi pada akun facebook itu sendiri.

PEMABAHASAN

Informan penelitian ini terdiri dari 5 informan, yang diantaranya 1 informan kunci yaitu pengelola wisata alam Sikabung kabung dan informan tambahan terdiri dari 4 orang yaitu pengunjung wisata alam Sikabung kabung. Peneliti bertanya kepada informan kunci terkait bagaimana strategi informan dalam melakukan pengembangan pariwisata Sikabung kabung, kemudian informan memberikan keterangan sebagai berikut :

“strategi yang saya lakukan pertama kali yaitu memperkenalkan ke teman-teman dekat saya baik itu komunitas motor saya maupun masyarakat sekitar. Kemudian saya mempromosikannya melalui media sosial yang saya pakai seperti Instagram,

tiktok, dan facebook. Adapun cara saya untuk memaksimalkan media sosial untuk promosi wisata. Pertama dengan cara rutin membuat konten dan menggunakan tren terkini untuk memperkaya konten pada media sosial sebuah tempat wisata contohnya membuat konten yang membahas satu per satu mengenai spot yang ada di destinasi wisata tersebut serta memperlihatkan keindahan lingkungan sekitar wisata. Dengan rutusnya konten yang dihasilkan, dapat membuat wisatawan menjadi penasaran. Kedua sering melakukan interaksi dengan pengikut sosial media, ada beberapa cara yang bisa dilakukan untuk melakukan interaksi kepada pengikut di media sosial. Salah satunya bisa dengan membuat konten yang berisi semacam kuis atau pertanyaan yang menarik, memposting ulang postingan yang menandai akun wisata Sikabung kabung.

Kemudian peneliti terus melanjutkan wawancara ke pertanyaan selanjutnya tentang promosi apa yang sangat berdampak terhadap pariwisata Sikabung kabung kemudian informan menanggapi sebagai berikut :

“Setelah melakukan promosi, promosi melalui media sosial yang sangat berdampak terhadap wisata Sikabung kabung ini. Karena media sosial memiliki peran yang sangat penting dalam mengenal destinasi wisata. Dalam era digital yang semakin berkembang ini, media sosial telah menjadi salah satu terbaik untuk mempromosikan destinasi wisata kepada khalayak yang lebih luas dan membangun citra merek yang kuat. Terbukti dengan melihat akun media sosial wisata alam sikabung kabung sekarang ini seperti akun di Instagram @trandingcamp_sikabungkabung dengan mencapai 11.000 pengikut, akun tiktok @t_camp_sikabungkabung dengan mencapai 1.411 pengikut di akun tiktok. Dari sini diketahui bahwa pengikut sosial media memegang peran penting karena semakin mereka tertarik dengan apa isi konten maka akan semakin banyak yang membagikan konten tersebut.”

Selain memberikan pertanyaan kepada informan kunci untuk mendapatkan informasi, peneliti juga mengajukan pertanyaan kepada informan tambahan mengenai dampak media sosial terhadap peningkatan pariwisata sikabung kabung. Dalam hasil wawancara yang peneliti lakukan, peneliti mengambil beberapa pertanyaan yang dianggap sangat menjurus ke permasalahan mengenai pandangan dan perasaan.

Untuk informan tambahan yang pertama bernama Max, peneliti mengajukan pertanyaan mengenai pandangan dan perasaan terhadap wisata alam sikabung kabung. Pertanyaan pertama peneliti menanyakan jelaskan bagaimana informan mengetahui wisata alam Sikabung kabung. Informan menjawab :

“jujur saya bersahabat dengan pemilik wisata alam sikabung kabung ini dalam sebuah komunitas.. Penasaran dengan wisata tersebut saya mencari wisata sikabung kabung di media sosial milik saya yaitu instagram. Pada akun wisata tersebut banyak sekali video singkat tentang keindahan wisata alam sikabung kabung. Setelah saya melihat wisata tersebut di media sosial akhirnya saya memutuskan untuk mengunjunginya bersama komunitas saya”

Peneliti masih berlanjut mengajukan kepada informan tambahan yang kedua bernama Rio Irawansyah mengenai dari mana informan mengetahui wisata Sikabung kabung. Kemudian informan memberikan keterangan sebagai berikut :

“Karena saya salah satu orang yang penasaran sama wisata-wisata yang ada, jadi saya mencari nya di aplikasi platform media sosial yaitu tik tok untuk mencari informasi mengenai wisata. Wisata alam sikabung kabung muncul di beranda saya dan trending. Beberapa hari kemudian saya langsung mengunjungi wisata Sikabung kabung ini dari situ saya mengenal Sikabung kabung ini. Untuk informan tambahan yang ketiga bernama Surya, peneliti mengajukan pertanyaan mengenai pandangan dan perasaan terhadap wisata alam sikabung kabung. Pertanyaan pertama peneliti menanyakan jelaskan bagaimana informan mengetahui wisata alam Sikabung kabung. Informan menjawab :

“saya mengetahui wisata ini dari media sosial instagram yang muncul di beranda, kebetulan wisata alam Sikabung kabung ini milik teman saya jadi saya sering jalan-jalan ketempat wisata ini untuk yang ketiga kalinya.”

Untuk informan tambahan yang terakhir bernama Ibu Yusma, peneliti mengajukan pertanyaan mengenai pandangan dan perasaan terhadap wisata alam sikabung kabung. Pertanyaan pertama peneliti menanyakan jelaskan bagaimana informan mengetahui wisata alam Sikabung kabung. Informan menjawab :

“saya mengetahui wisata Sikabung kabung berdasarkan media sosial yaitu



facebook. Wisata alam sikabung kabung ini muncul di beranda tiktok saya. Setelah itu saya mengunjungi wisata tersebut bersama dengan keluarga saya.”

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan media yang memungkinkan penggunaannya untuk saling melakukan aktivitas sosial melalui jaringan internet tanpa dibatasi jarak, ruang dan waktu. Media sosial tersebut sudah menjadi gaya hidup bagi wisatawan. Dampak media sosial terhadap wisata sikabung kabung memiliki dampak yang positif. Dampak positif yang dirasakan dalam penggunaan media sosial bagi wisata sikabung kabung yaitu sebagai tempat promosi, sebagai tempat memperoleh dan menyebarkan informasi tentang wisata alam sikabung kabung tetapi harus memastikan kebenaran terhadap informasi yang diterima. Berdasarkan hasil wawancara wisatawan sikabung kabung mengetahui wisata alam sikabung kabung melalui media sosial seperti *instagram*, *tik tok*, dan *facebook*.

DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, N. (2022). Pariwisata Susur Sungai Banjarmasin Dengan Membangun Kebersamaan Antar Dosen dan Mahasiswa Pendidikan IPS.
- Pratiwi, Z., & Prakosa, A. (2021). Pengaruh Media Sosial, Event Pariwisata, dan Fasilitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Sandboarding Gumuk Pasir Parangkusumo. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 11(1), 74-94.