
STRATEGI PROMOSI TIKTOK PADA SUNARI BEACH RESORT KEPULAUAN SELAYAR

Oleh

Nur Afiah¹, Siti Anggriana²

^{1,2}Program Studi D3 Pariwisata, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram, Indonesia

Email: ¹nurafiah@staff.unram.ac.id, ²sitianggriana@staff.unram.ac.id

Abstrak

Perkembangan media sosial telah mengubah strategi promosi destinasi wisata, dengan TikTok menjadi salah satu platform yang efektif dalam membangun daya tarik destinasi melalui konten video pendek. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi TikTok pada Pantai Sunari, Kabupaten Kepulauan Selayar, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas promosi digital dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi, dan kajian literatur untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai praktik promosi digital yang diterapkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan TikTok mampu meningkatkan visibilitas Pantai Sunari melalui penyebaran konten visual yang kreatif, autentik, dan mudah menjangkau audiens melalui algoritma For You Page (FYP). Peningkatan eksposur digital tersebut berkontribusi terhadap meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan serta memberikan dampak ekonomi positif bagi masyarakat sekitar. Efektivitas promosi dipengaruhi oleh kualitas konten, konsistensi unggahan, pemanfaatan tren media sosial, penggunaan musik dan tagar populer, serta interaksi aktif dengan pengguna. Penelitian juga menemukan bahwa penyusunan kalender konten, pengembangan konten edukatif berbasis nilai, dan kolaborasi dengan kreator lokal menjadi strategi penting untuk memperkuat citra destinasi sekaligus mendorong promosi yang berkelanjutan. Dengan demikian, TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai instrumen pemasaran digital yang efektif dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata dan mendukung pengembangan pariwisata berbasis media sosial.

Keywords: *TikTok, promosi digital, media sosial, destinasi wisata, Pantai Sunari.*

PENDAHULUAN

TikTok adalah salah satu platform media sosial yang berkembang sangat cepat dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan laporan Data Reportal (2024), jumlah pengguna TikTok di Indonesia mencapai sekitar 124,3 juta pada Januari 2024, menjadikannya negara dengan pengguna TikTok terbanyak kedua di dunia setelah Amerika Serikat. Angka ini menunjukkan bahwa TikTok memiliki potensi besar sebagai media promosi yang mampu menjangkau masyarakat luas, terutama generasi muda.

Pantai Sunari, yang berlokasi di Kabupaten Kepulauan Selayar, merupakan destinasi wisata bahari dengan potensi besar

untuk dikembangkan. Pantai ini dikenal karena keindahan alamnya yang masih asri serta suasananya yang tenang, menjadikannya pilihan tepat bagi wisatawan yang ingin menikmati wisata alam yang damai. Selain itu, ketersediaan fasilitas seperti penginapan dan akses transportasi yang baik turut mendukung kenyamanan pengunjung.

Dalam usaha menarik lebih banyak wisatawan, pihak pengelola Pantai Sunari telah menggunakan beberapa media sosial seperti Instagram dan Facebook. Namun, pemanfaatan TikTok masih belum optimal, padahal platform ini memiliki potensi besar melalui format video pendek yang kreatif dan interaktif untuk menarik perhatian, terutama dari kalangan



muda.

Perkembangan jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Sunari selama satu tahun terakhir, yaitu dari April 2024 hingga April 2025, menunjukkan adanya tren peningkatan yang cukup menarik untuk dikaji. Berdasarkan data yang diperoleh dari pengelola Pantai Sunari, peningkatan tersebut mulai terlihat setelah penggunaan media sosial TikTok dimanfaatkan secara lebih aktif sebagai sarana promosi wisata. Sebelum adanya aktivitas promosi di TikTok, tingkat kunjungan wisatawan ke Pantai Sunari tergolong stabil dan cenderung stagnan, berada pada kisaran 180 hingga 200 orang per bulan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan sebelumnya, melalui media konvensional maupun platform digital seperti Instagram dan Facebook, belum memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan jumlah wisatawan.

Namun, sejak pihak pengelola bersama masyarakat sekitar mulai mengunggah berbagai konten promosi wisata di TikTok secara rutin, terjadi perubahan yang cukup signifikan. Video-video yang menampilkan keindahan alam Pantai Sunari, seperti pemandangan matahari terbenam, kejernihan air laut, serta aktivitas wisata bahari seperti snorkeling dan bermain kano, berhasil menarik perhatian pengguna TikTok, terutama dari kalangan muda. Dalam waktu beberapa bulan setelah promosi dimulai, jumlah kunjungan wisatawan meningkat secara tajam, khususnya pada periode liburan seperti bulan Juni–Juli, Desember–Januari, dan April saat libur Lebaran. Hal ini menunjukkan bahwa kehadiran TikTok sebagai platform berbasis video singkat mampu menciptakan daya tarik baru bagi destinasi wisata yang sebelumnya kurang dikenal secara luas.

Fenomena tersebut juga memperlihatkan adanya korelasi antara aktivitas promosi di TikTok dengan peningkatan minat wisatawan. TikTok memberikan ruang bagi pengguna untuk berbagi pengalaman wisata mereka secara kreatif, baik dalam bentuk vlog singkat,

rekomendasi tempat wisata, maupun tantangan video bertema wisata. Konten semacam ini dengan cepat menyebar dan berpotensi menjadi viral karena algoritma TikTok mampu menampilkan video ke khalayak luas tanpa memerlukan jumlah pengikut yang banyak. Keunggulan inilah yang menjadi alasan utama mengapa TikTok dinilai efektif dalam memperluas jangkauan promosi wisata, termasuk untuk destinasi seperti Pantai Sunari.

Meskipun terjadi peningkatan jumlah kunjungan, pemanfaatan TikTok sebagai media promosi di Pantai Sunari masih belum optimal. Sebagian besar konten yang diunggah masih bersifat sederhana dan belum menggunakan strategi pemasaran digital yang terencana dengan baik. Misalnya, belum banyak konten yang memanfaatkan tren musik populer, kolaborasi dengan kreator lokal, atau penggunaan tagar khusus untuk memperkuat identitas destinasi wisata. Padahal, strategi-strategi tersebut dapat membantu meningkatkan peluang viral dan menarik lebih banyak perhatian dari calon wisatawan, baik di tingkat nasional maupun internasional. Selain itu, belum adanya jadwal unggahan yang konsisten juga membuat jangkauan promosi TikTok Pantai Sunari belum maksimal.

Apabila dikelola dengan strategi yang lebih baik, TikTok dapat menjadi media promosi yang sangat efektif bagi destinasi wisata lokal seperti Pantai Sunari. Platform ini tidak hanya berfungsi untuk memperkenalkan keindahan alam, tetapi juga dapat membangun citra positif dan kesadaran merek (brand awareness) terhadap destinasi wisata tersebut. Misalnya, dengan membuat konten tematik yang menonjolkan keunikan Pantai Sunari, seperti keasrian alamnya, keramahan masyarakat lokal, atau keindahan bawah lautnya, pengelola dapat menciptakan identitas visual yang mudah diingat oleh penonton. Selain itu, bekerja sama dengan influencer pariwisata atau travel blogger di TikTok juga dapat menjadi langkah efektif untuk memperluas jangkauan promosi.

Penggunaan TikTok sebagai sarana promosi wisata juga memberikan dampak



sosial dan ekonomi bagi masyarakat sekitar. Dengan meningkatnya kunjungan wisatawan, peluang usaha masyarakat lokal, seperti warung makan, penyewaan peralatan snorkeling, penginapan, dan transportasi wisata, juga ikut berkembang. Peningkatan aktivitas ekonomi tersebut secara tidak langsung turut mendukung kesejahteraan masyarakat di sekitar Pantai Sunari. Selain itu, generasi muda setempat juga dapat berperan aktif dalam membuat konten kreatif yang mempromosikan keindahan daerah mereka, sehingga muncul rasa bangga dan kepemilikan terhadap potensi wisata lokal.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana peran media sosial TikTok berpengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan di Pantai Sunari, Kepulauan Selayar. Melalui penelitian ini diharapkan dapat diperoleh gambaran yang lebih mendalam mengenai efektivitas promosi melalui TikTok serta faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilannya. Selain itu, hasil penelitian juga diharapkan dapat menjadi acuan bagi pengelola destinasi wisata lain di Indonesia dalam mengoptimalkan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi digital yang murah, efisien, dan tepat sasaran.

Dengan semakin berkembangnya teknologi digital dan meningkatnya jumlah pengguna media sosial, strategi promosi pariwisata melalui platform seperti TikTok menjadi sangat relevan. TikTok bukan hanya alat hiburan, tetapi juga sarana komunikasi visual yang mampu membangun citra destinasi dan menggerakkan masyarakat untuk berwisata. Jika dimanfaatkan dengan tepat, TikTok dapat menjadi jembatan antara potensi wisata lokal dengan pasar wisata global. Oleh karena itu, pengelola dan pemerintah daerah perlu bekerja sama untuk mengembangkan strategi digital marketing yang terintegrasi, sehingga Pantai Sunari dapat terus berkembang menjadi destinasi wisata unggulan yang dikenal luas, tidak hanya di tingkat nasional, tetapi juga di kancah internasional.

LANDASAN TEORI

Di era digital saat ini, media sosial memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung kegiatan promosi destinasi wisata. Perubahan perilaku masyarakat dalam mencari informasi, khususnya mengenai tempat wisata, telah beralih dari media konvensional ke platform digital yang lebih cepat dan interaktif. Berbagai platform media sosial seperti TikTok kini menjadi sarana utama bagi pengguna untuk berbagi pengalaman visual, memberikan rekomendasi perjalanan, serta memperkenalkan keindahan suatu daerah wisata. Melalui kemudahan berbagi foto, video, dan cerita, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan daya tarik suatu destinasi.

TikTok merupakan platform yang mengalami pertumbuhan pesat dan memiliki jumlah pengguna yang sangat besar di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. TikTok mampu menjangkau berbagai kalangan, terutama generasi muda yang aktif menggunakan media sosial sebagai sumber hiburan sekaligus informasi.

Salah satu faktor utama yang membuat TikTok efektif dalam promosi pariwisata adalah keberadaan algoritma For You Page (FYP). Algoritma ini memungkinkan video dari akun yang tidak memiliki banyak pengikut untuk muncul di beranda pengguna lain secara acak, berdasarkan minat dan interaksi mereka di platform. Dengan sistem tersebut, sebuah video yang menampilkan destinasi wisata yang indah atau aktivitas menarik dapat dengan cepat menjangkau ribuan hingga jutaan penonton hanya dalam waktu singkat. Fenomena ini dikenal dengan istilah “viral”, yang menjadi kekuatan utama TikTok dalam mempopulerkan suatu lokasi wisata, bahkan bagi tempat-tempat yang sebelumnya belum dikenal luas oleh masyarakat.

Selain itu, karakteristik pengguna TikTok yang didominasi oleh generasi muda juga memberikan peluang besar bagi pengelola wisata untuk menargetkan pasar potensial. Generasi muda cenderung menyukai



pengalaman baru dan spontan, sehingga ketika mereka melihat video menarik tentang suatu destinasi, kemungkinan besar mereka akan tertarik untuk mengunjungi tempat tersebut. TikTok juga memungkinkan interaksi langsung melalui kolom komentar, tantangan video (challenge), dan fitur duet, yang semakin memperluas jangkauan promosi dan menciptakan keterlibatan emosional antara pengguna dengan konten yang mereka tonton.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Sugiyono, metode penelitian dengan pendekatan kualitatif merupakan suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Pendekatan ini bertujuan untuk memahami suatu fenomena secara mendalam melalui interaksi langsung antara peneliti dengan subjek penelitian. Metode ini dianggap paling sesuai untuk memahami secara mendalam fenomena sosial yang berkaitan dengan strategi promosi berbasis media sosial pada destinasi wisata. Melalui metode ini, peneliti tidak hanya berfokus pada angka atau data statistik, tetapi juga pada makna, persepsi, dan pengalaman para pihak yang terlibat, seperti pengelola wisata dan wisatawan.

Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang peran media sosial dalam mendukung strategi promosi destinasi wisata secara digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pantai Sunari merupakan salah satu destinasi wisata alam yang terletak di Desa Patikarya, Kecamatan Bontosikuyu, Kabupaten Kepulauan Selayar. Pantai ini dikenal memiliki keindahan alam yang masih alami dan suasana yang tenang sehingga menjadi daya tarik bagi wisatawan yang ingin menikmati keindahan pantai dengan suasana yang nyaman. Hamparan pasir putih yang lembut berpadu dengan air laut yang jernih

menciptakan pemandangan yang sangat memikat. Warna laut yang tampak biru kehijauan memberikan kesan segar dan menenangkan bagi siapa saja yang datang berkunjung. Selain itu, kondisi lingkungan di sekitar pantai yang masih asri membuat Pantai Sunari terasa berbeda dibandingkan beberapa destinasi wisata lain yang sudah ramai oleh aktivitas wisatawan.

Keindahan Pantai Sunari menjadikan tempat ini cocok dikunjungi oleh berbagai kalangan wisatawan. Wisatawan keluarga biasanya datang untuk menikmati suasana santai sambil menghabiskan waktu bersama anggota keluarga. Anak-anak dapat bermain pasir dan menikmati pemandangan laut yang aman dan nyaman. Selain itu, Pantai Sunari juga menjadi pilihan bagi pecinta alam yang ingin mencari ketenangan dan menjauh sejenak dari suasana perkotaan yang padat. Tidak hanya itu, para fotografer dan pembuat konten media sosial juga tertarik mengunjungi pantai ini karena memiliki banyak spot menarik untuk dijadikan objek foto maupun video. Pemandangan matahari terbit dan matahari terbenam di Pantai Sunari sering dianggap sangat indah dan menjadi daya tarik utama bagi pengunjung yang ingin mengabadikan momen tersebut.

Sebelum dikenal luas oleh masyarakat luar daerah, Pantai Sunari umumnya hanya dikunjungi oleh masyarakat lokal yang tinggal di sekitar Kabupaten Kepulauan Selayar. Aktivitas wisata di pantai ini masih tergolong sederhana dan belum banyak mendapat perhatian dari wisatawan luar daerah. Fasilitas wisata yang tersedia juga masih terbatas karena jumlah pengunjung pada saat itu belum terlalu banyak. Namun, kondisi tersebut mulai berubah seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan penggunaan media sosial yang semakin meningkat di masyarakat. Kehadiran media sosial memberikan peluang besar bagi destinasi wisata lokal untuk dikenal oleh masyarakat yang lebih luas tanpa harus menggunakan biaya promosi yang terlalu besar.

Perubahan besar mulai terlihat sejak



tahun 2022 ketika sejumlah video tentang Pantai Sunari viral di platform media sosial TikTok. Video-video tersebut menampilkan keindahan pantai dari berbagai sudut pandang yang menarik, mulai dari kejernihan air laut, hamparan pasir putih, hingga suasana alam yang tenang dan nyaman. Konten yang diunggah oleh pengguna TikTok berhasil menarik perhatian banyak orang, terutama generasi muda yang aktif menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Banyak pengguna TikTok merasa tertarik dan penasaran setelah melihat video mengenai Pantai Sunari, sehingga muncul keinginan untuk mengunjungi pantai tersebut secara langsung.

Viralnya Pantai Sunari di TikTok menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang sangat besar dalam dunia pariwisata saat ini. Melalui video singkat yang menarik dan kreatif, sebuah destinasi wisata dapat dikenal oleh jutaan orang dalam waktu yang relatif singkat. TikTok menjadi media promosi yang efektif karena mampu menyajikan informasi secara cepat, menarik, dan mudah dipahami oleh pengguna. Penggunaan musik populer, efek visual, dan teknik pengambilan gambar yang menarik membuat video tentang Pantai Sunari lebih mudah mendapatkan perhatian pengguna media sosial lainnya. Selain itu, fitur berbagi dan komentar di TikTok juga membantu memperluas jangkauan promosi karena pengguna lain dapat ikut membagikan konten tersebut kepada teman maupun pengikut mereka.

Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Kepulauan Selayar tahun 2023, jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Sunari mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Pada tahun 2021 jumlah wisatawan yang datang tercatat sebanyak 3.142 orang. Kemudian pada tahun 2023 jumlah tersebut meningkat menjadi 5.897 orang. Data ini menunjukkan adanya peningkatan sebesar 87% dalam kurun waktu dua tahun. Peningkatan jumlah kunjungan tersebut sebagian besar terjadi setelah video tentang Pantai Sunari

mulai viral di TikTok dan mendapat perhatian luas dari masyarakat. Hal ini membuktikan bahwa media sosial dapat menjadi sarana promosi yang sangat efektif dalam memperkenalkan destinasi wisata lokal kepada masyarakat luas.

Meningkatnya jumlah wisatawan yang datang ke Pantai Sunari juga memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar. Kehadiran wisatawan membuka peluang ekonomi baru bagi warga lokal, seperti usaha penjualan makanan dan minuman, penyewaan perlengkapan wisata, jasa parkir, hingga penjualan cendera mata. Dengan meningkatnya aktivitas wisata, masyarakat sekitar dapat memperoleh tambahan pendapatan yang membantu meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka. Selain itu, meningkatnya popularitas Pantai Sunari juga mendorong masyarakat untuk lebih peduli terhadap kebersihan dan kelestarian lingkungan pantai agar tetap menarik bagi wisatawan.

Fenomena berkembangnya Pantai Sunari melalui media sosial menunjukkan bahwa promosi digital memiliki peranan penting dalam pengembangan destinasi wisata saat ini. TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga menjadi sarana promosi yang mampu memengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung ke suatu tempat. Dengan memanfaatkan media sosial secara tepat, destinasi wisata lokal yang sebelumnya kurang dikenal dapat berkembang menjadi tujuan wisata yang populer. Oleh karena itu, pengelolaan promosi yang kreatif dan berkelanjutan perlu terus dilakukan agar Pantai Sunari tetap dikenal luas dan mampu menarik wisatawan dalam jangka panjang.

Promosi TikTok di Pantai Sunari

Promosi wisata melalui media sosial seperti TikTok memerlukan strategi yang tepat agar dapat menarik minat wisatawan secara efektif dan berkelanjutan. Setiap konten yang dibuat perlu dirancang dengan memperhatikan tren, karakteristik audiens, serta keunikan dari destinasi yang dipromosikan. Pantai Sunari memiliki peluang besar yang menjadi sarana utama dalam menciptakan konten kreatif yang



tidak hanya menonjolkan keindahan visual, tetapi juga memberikan informasi yang bermanfaat serta membangun kedekatan emosional dengan calon wisatawan.

Konten yang dirancang dengan strategi yang matang dapat memberikan nilai tambah bagi Pantai Sunari. Misalnya, selain menampilkan keindahan alam Pantai Sunari, pengelola dapat menambahkan narasi singkat mengenai fasilitas yang tersedia, aktivitas wisata yang bisa dilakukan, hingga testimoni pengunjung yang pernah datang. Pendekatan semacam ini tidak hanya membuat konten lebih menarik, tetapi juga menumbuhkan rasa percaya dan keingintahuan calon wisatawan.

Selain itu, keberlanjutan promosi di TikTok juga bergantung pada konsistensi unggahan dan interaksi dengan pengguna. Pengelola Pantai Sunari membuat dan mengunggah video konten sesering mungkin setiap harinya dan dapat memanfaatkan fitur-fitur seperti tagar khusus, tantangan video (*challenge*), dan kolaborasi dengan kreator lokal untuk memperluas jangkauan audiens. Dengan strategi yang terarah dan kreatif, promosi wisata Pantai Sunari melalui TikTok tidak hanya dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dalam jangka pendek, tetapi juga memperkuat citra destinasi sebagai tempat wisata unggulan yang menarik untuk dikunjungi secara berkelanjutan.

Strategi yang dapat diterapkan pengelola dalam mempromosikan Pantai Sunari melalui TikTok adalah melalui penyusunan kalender konten yang terencana dan berorientasi pada momen-momen khas di Pantai Sunari. Kalender ini berfungsi sebagai panduan dalam menentukan waktu dan jenis unggahan agar setiap konten yang dipublikasikan memiliki relevansi dengan situasi dan suasana yang sedang berlangsung. Pengelola dapat menjadwalkan unggahan video pada saat momen matahari terbenam, hari libur nasional, atau saat berlangsungnya kegiatan rutin masyarakat pesisir seperti festival budaya, kegiatan nelayan, atau acara kebersihan pantai yang sering dilakukan di Pantai Sunari.

Penyusunan kalender konten tidak hanya membantu menjaga konsistensi dalam unggahan, tetapi juga membentuk alur naratif yang berkesinambungan. Dengan cara ini, penonton akan merasakan kesinambungan cerita dari setiap video yang diunggah, sehingga muncul rasa keterikatan untuk Pantai Sunari yang dipromosikan. Selain itu, publikasi yang terjadwal juga dapat menciptakan ekspektasi dan kebiasaan menonton dari para pengguna TikTok, karena mereka akan menantikan konten baru di waktu-waktu tertentu.

Kalender konten juga dapat disesuaikan dengan tren musiman atau tema yang sedang populer di TikTok, misalnya tantangan video bertema liburan, keindahan alam, atau eksplorasi wisata lokal. Dengan menyesuaikan jadwal unggahan dengan momen-momen tersebut, pengelola dapat memperbesar peluang konten untuk muncul di halaman For You Page (FYP) dan menjangkau audiens yang lebih luas. Secara keseluruhan, penyusunan kalender konten berbasis momen wisata merupakan strategi penting dalam membangun konsistensi promosi digital yang menarik, terencana, dan berdampak jangka panjang bagi pengenalan Pantai Sunari sebagai destinasi wisata unggulan.

Selain video konten yang menonjolkan keindahan pantai, pengelola Pantai Sunari juga disarankan untuk memproduksi konten video yang bersifat edukatif dan informatif. Pendekatan ini dapat dilakukan dengan menggabungkan unsur hiburan dan pengetahuan dalam satu tayangan, sehingga konten tidak hanya menarik secara visual tetapi juga memberikan nilai tambah bagi audiens. Pengelola dapat membuat video yang menjelaskan tentang jenis vegetasi pesisir yang tumbuh di sekitar pantai, sejarah berdirinya Pantai Sunari dan budaya masyarakat sekitarnya, atau tips sederhana untuk menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan pantai.

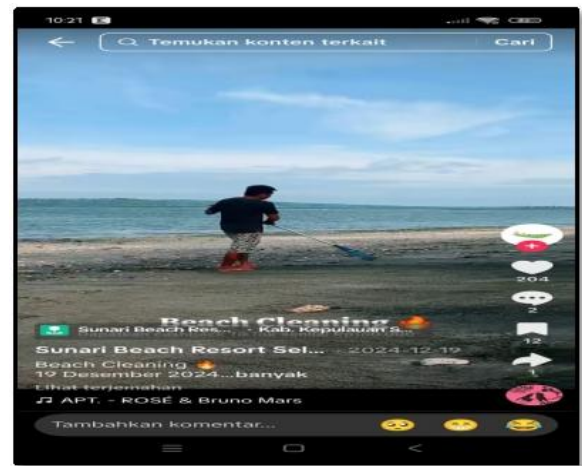
Konten dengan format seperti ini sejalan dengan konsep *value-based content*, yaitu strategi pembuatan konten yang tidak hanya berfokus pada daya tarik visual, tetapi

juga menawarkan nilai dan manfaat bagi penonton. Melalui pendekatan tersebut, audiens tidak sekadar menikmati tayangan sebagai hiburan, melainkan juga memperoleh wawasan baru tentang lingkungan, budaya lokal, maupun pentingnya pariwisata berkelanjutan.

Selain berfungsi sebagai sarana promosi, konten edukatif juga memiliki peran penting dalam membangun citra positif Pantai Sunari sebagai destinasi wisata yang peduli terhadap kelestarian lingkungan dan pemberdayaan masyarakat lokal. Melalui video yang berisi pesan edukasi, wisatawan tidak hanya menikmati keindahan pantai secara visual, tetapi juga memperoleh pemahaman mengenai pentingnya menjaga alam dan menghargai budaya setempat. Konten seperti ini dapat memberikan pengaruh yang baik terhadap perilaku wisatawan, terutama dalam menumbuhkan kesadaran untuk menjaga kebersihan dan kenyamanan kawasan wisata.

Video edukatif yang menampilkan kegiatan menjaga lingkungan, seperti aksi pembersihan pantai atau ajakan membuang sampah pada tempatnya, dapat mendorong wisatawan untuk lebih bertanggung jawab saat berkunjung. Wisatawan akan memahami bahwa menjaga kebersihan pantai merupakan tanggung jawab bersama agar keindahan alam Pantai Sunari tetap terpelihara. Selain itu, penyampaian pesan melalui media sosial cenderung lebih mudah diterima oleh generasi muda karena dikemas dengan cara yang menarik, singkat, dan kreatif. Dengan demikian, konten edukasi tidak hanya menjadi hiburan, tetapi juga menjadi media pembelajaran yang efektif.

Dengan demikian, format edukasi eksplorasi dalam konten TikTok dapat menjadi strategi efektif untuk memperluas daya tarik Pantai Sunari. Tidak hanya memperkenalkan keindahan alamnya, tetapi juga mengajak wisatawan untuk mengenal lebih dalam nilai-nilai budaya, ekologi, dan keberlanjutan yang menjadi kekuatan utama destinasi tersebut.



Gambar 1. Konten Edukasi Dengan Kegiatan Pembersihan Pantai Oleh Pengelola

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konten TikTok dalam Promosi Pantai Sunari Promosi wisata melalui media sosial TikTok sangat dipengaruhi oleh beragam faktor yang saling berkaitan, baik dari aspek teknis, psikologis, maupun lingkungan digital yang terus berubah. Dari sisi teknis, kualitas pembuatan konten memegang peranan penting dalam menentukan sejauh mana sebuah video mampu menarik perhatian audiens.

Faktor-faktor seperti pencahayaan, sudut pengambilan gambar, kejelasan narasi, serta penggunaan musik atau efek visual dapat memengaruhi tingkat keterlibatan penonton (engagement). Konten yang dibuat dengan gaya visual menarik dan narasi yang singkat namun padat informasi cenderung lebih mudah viral di platform TikTok, karena sesuai dengan karakteristik pengguna yang menyukai tayangan cepat dan menghibur.

Selain aspek teknis, karakteristik audiens juga menjadi faktor utama dalam menentukan keberhasilan promosi. TikTok memiliki pengguna yang sangat beragam, dengan dominasi generasi muda yang aktif mencari konten visual yang inspiratif, autentik, dan mudah dibagikan. Oleh karena itu, konten promosi Pantai Sunari perlu disesuaikan dengan preferensi dan gaya komunikasi kelompok ini, misalnya melalui penggunaan bahasa yang santai, tren musik yang sedang



populer, serta gaya penyampaian yang personal dan relatable.

Sementara itu, faktor eksternal seperti tren media sosial juga sangat memengaruhi efektivitas promosi. Algoritma TikTok yang dinamis membuat konten dengan elemen viralitas tinggi, misalnya tantangan (challenge), filter populer, atau penggunaan tagar tertentu lebih mudah menjangkau audiens luas. Dengan memanfaatkan tren yang sedang berkembang, promosi Pantai Sunari dapat memperoleh eksposur yang lebih besar dalam waktu singkat.

Dalam promosi Pantai Sunari, temuan dari hasil pengamatan bahwa peningkatan kunjungan wisatawan tidak terjadi secara spontan, melainkan sebagai hasil dari strategi promosi yang tepat di TikTok. Video yang menampilkan pemandangan khas seperti hamparan pasir putih, kejernihan air laut, serta aktivitas wisata menarik terbukti mampu membangkitkan rasa ingin tahu calon wisatawan. Selain itu, keterlibatan pengguna yang membagikan ulang atau memberikan komentar positif turut memperluas jangkauan promosi.

Dengan demikian, efektivitas promosi wisata melalui TikTok dapat dipahami sebagai hasil dari perpaduan strategi kreatif, pemahaman audiens, dan kemampuan adaptasi terhadap tren digital. Bagi pengelola Pantai Sunari, mengoptimalkan ketiga faktor ini menjadi kunci penting dalam menciptakan promosi yang tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga mampu mendorong peningkatan kunjungan wisatawan secara berkelanjutan.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial TikTok berperan besar dalam mendorong promosi Pantai Sunari terutama dalam menghadapi tantangan destinasi yang sebelumnya kurang dikenal secara luas di Indonesia. Melalui format video pendek yang kreatif, menarik, dan mudah viral, TikTok mampu memperluas jangkauan informasi wisata hingga ke berbagai kalangan, termasuk

generasi muda yang kini menjadi segmen wisatawan potensial. Platform ini tidak hanya meningkatkan visibilitas Pantai Sunari, tetapi juga mampu menciptakan daya tarik emosional yang kuat bagi audiens melalui visual yang menggugah dan narasi yang autentik.

Namun, keberhasilan promosi melalui TikTok sangat bergantung pada strategi pemasaran digital yang terencana dan konsisten. Promosi Pantai Sunari menjadi kunci penting untuk menciptakan konten yang relevan dan berdaya tarik tinggi. Selain itu, keberlanjutan promosi perlu diperkuat dengan analisis tren, evaluasi performa konten, serta inovasi dalam penyampaian pesan agar promosi tidak hanya bersifat viral sesaat, tetapi juga mampu membangun citra positif dan minat jangka panjang terhadap Pantai Sunari. Dengan strategi yang tepat, TikTok tidak sekadar menjadi sarana hiburan, tetapi juga dapat bertransformasi menjadi alat promosi yang efektif dan berdampak nyata terhadap pengembangan dan tingkat kunjungan Pantai Sunari.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abadi, T. W. (2023). City Branding Melalui Media TikTok di Provinsi Jawa Timur. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 9(02), 206-222.
- [2] Anshari, M., & Hamdan, M. (2021). Digital content quality and user engagement in social media marketing. *Journal of Digital Marketing*, 5(1), 15–27.
- [3] Bulele, Y. N. (2020). Analisis fenomena sosial media dan kaum milenial: studi kasus TikTok. In *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology* (Vol. 1, No. 1, pp. 565-572).
- [4] Cahyaningsih, Y. (2023). Efektivitas Media Sosial TikTok Destinasi Wisata Alam Yogyakarta terhadap Minat Kunjungi Wisatawan Remaja (Studi Akun TikTok@Dolan. Aja). *Jurnal Mozaik Komunikasi*, 4(1).
- [5] Chen, R., Liu, X., & Zhang, J. (2021). The effect of visual appeal and storytelling in



- short-video marketing on tourism intention. *Journal of Travel Research*, 60(7), 1523–1539.
- [6] Crompton, J. L. (1979). "Motivations for Pleasure Vacation." *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424.
- [7] Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan media sosial TikTok sebagai media promosi industri kuliner di yogyakarta pada masa pandemi covid-19 (studi kasus akun TikTok javafoodie). *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65-71.
- [8] Edward, M. (1991). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- [9] Endarwati, E. T., & Ekawarti, Y. (2021). Efektifitas Penggunaan Sosial Media TikTok Sebagai Media Promosi Ditinjau Dari Perspektif Buying Behaviors. *MANDAR: Management Development and Applied Research Journal*, 4(1), 112-120.
- [10] Fodness, D. (1994). "Measuring Tourist Motivation." *Annals of Tourism Research*, 21(3), 555-581.
- [11] Heryati, Y. (2019). Potensi pengembangan obyek wisata pantai tapandullu dikabupaten mamuju. *GROWTH Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(1), 56-74.
- [12] Hidayat, N. (2023). *TikTok dan perkembangan pemasaran digital di Indonesia: Analisis tren promosi wisata melalui media sosial*. Jakarta: Pustaka Media.
- [13] Indriati, D., & Suprpto, A. (2020). Pengalaman wisata digital melalui media sosial: Studi kasus promosi pariwisata di Indonesia. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 16(1), 45-59.
- [14] Indriyani, A., & Suri, H. (2020). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 10(2), 134–142.
- [15] Khan, M. A., & Khan, M. N. (2021). "Understanding TikTok: A New Era of Social Media." *International Journal of Social Media and Interactive Learning Environments*, 9(1), 1-15.
- [16] Nuryanti, W. (1993). *Concept, Perspective and Challenges of Tourism Village*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- [17] Suansri, P. (2003). *Community Based Tourism Handbook*. Thailand: REST Project.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN