JRT
Journal Of Responsible Tourism
Vol.4, No.3, Maret 2025

PEMAKSIMALAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM UPAYA MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN PADA DAYA TARIK WISATA PANTAI KERANDANGAN SENGGIGI KABUPATEN LOMBOK BARAT

Oleh
Ahmad Suhail Alfarizi Abiyantoro[1], Halus Mandala[2], Ulfan Mulyawan[3]
[1,2,3]Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram, Indonesia
Email : [1]alfariziabiyantoro@gmail.com, [2]halusmandala@gmail.com, [3]ulfansainifar@gmail.com

Article History:
Received: 03-10-2024
Revised: 05-10-2024
Accepted: 07-10-2024

Keywords:
Pemaksimalan, Media social tik tok, Minat berkunjung, Wisatawan.

Abstract : *Pantai kerandangan adalah Pantai yang terletak dikawasan wisata Senggigi, Kecamatan Batulayar, Lombok Barat. Pantai ini merupakan pantai yang bersih dan memiliki air laut yang jernih, jauh dari kotoran dan sampah plastik. Dengan memberikan rasa kealamiannya tersebut, pantai ini seolah-olah mengajak para wisatawan untuk menceburkan diri langsung ke laut merasakan air jernih yang alami. Pesona alam dari Pantai Kerandangan ini memang memiliki kesan yang sangat indah. Hal lain dari pesona pantai kerandangan ini adalah karena memiliki halaman padang rumput hijau yang cukup luas. Ini sangat cocok sebagai tempat bermain dan untuk jadi spot fot. Dengan keindahan yang luar biasa di miliki oleh Pantai kerandangan, masih banyak wisatawan yang belum mengetahui dengan jelas tentang keberadaan pantai kerandangan ini, baik itu akses menuju lokasi, kegiatan apa saja yang bisa dilakukan, keindahan apa saja yang di tawarkan, serta fasilitas apa saja yang di tawarkan oleh pengelola untuk wisatawan yang berkunjung ke pantai kerandangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar dampak pemafaatan media sosial Tik Tok terhadap minat berkunjung wisatawan pada Daya Tarik Wisata Pantai Kerandangan, Desa Senggigi, Kecamatan Batulayar, Kabupaten Lombok Barat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendeskripsikan fakta dasar tentang pemaksimalan media sosial Tiktok dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan pada Daya Tarik Wisata Pantai Kerandangan Senggigi Kabupaten Lombok Barat. Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata yang hasilnya tidak dapat ditentukan dengan menggunakan metode statistik.*

PENDAHULUAN

Tiktok merupakan media sosial yang menggunakan metode audio visual. Anda dapat menonton video atau gambar bergerak sambil mendengarkan lagu, musik atau penjelasan dan penjelasan dari video yang Anda tonton. Saat ini Tiktok merupakan media sosial yang sangat populer dan populer di dunia. Dengan semakin banyaknya pengguna Tiktok, hal ini menjadi peluang bagi pengelola pariwisata dan pemerintah daerah untuk mempromosikan tempat

wisatanya di kancah global. Tiktok tidak hanya menjadi jejaring sosial dengan pengguna terbanyak, tetapi juga jejaring sosial fleksibel yang dilengkapi dengan berbagai fitur visual serta fungsi hashtag yang dimaksudkan untuk memungkinkan pencarian cepat dan tepat yang menjadikan Tiktok sangat mudah menerima dan meyakinkan banyak penggunanya.

Pantai kerandangan adalah Pantai yang terletak dikawasan wisata Senggigi, Kecamatan Batulayar, Lombok Barat. Pantai ini merupakan pantai yang bersih dan memiliki air laut yang jernih, jauh dari kotoran dan sampah plastik. Dengan memberikan rasa kealamiannya, pantai ini seolah-olah mengajak para wisatawan untuk bersantai dan berenang sembari merasakan air jernih yang alami. Pesona alam dari Pantai Kerandangan ini memang memiliki kesan yang sangat indah. Selain air lautnya yang jernih, pantai kerandangan juga memiliki berbagai macam tempat yang tidak kalah mengangumkan seperti adanya danau alami yang terbentuk akibat gelombang pasang surut yang terjadi setiap tahunnya, tebing bebatuan yang cukup unik dan jarang dimiliki oleh pantai lain, adanya bukit kecil sebagi tempat para wisatawan menyaksikan matahari terbenam, dan memiliki halaman padang rumput hijau yang cukup luas serta pohon kelapa yang mengelilinginya, tempat tempat tersebut sangat cocok sebagai tempat bermain dan spot foto. Bukan hanya itu, hal yang membuat pantai kerandangan berbeda dengan pantai pantai pada umumnya dan layak untuk di kunjungi adalah para pengelola pantai kerandangan menyediakan beragak fasilitas, salah satunya camping ground. Para pengelola pantai melihat potensi yang dapat di manfaatkan dari adanya danau di pantai kerandangan, mereka membuat camping ground di tepi danau lengkap dengan segala fasilitasnya seperti tenda, tikar, tempat api unggun, serta pralatan pralatan outdor lainya. Hal ini dapat memudahkan para wisatawan yang ingin bermalam di pantai kerandangan namun tidak ingin repot membawa pralatan untuk bermalam di pantai. Bukan hanya itu, di sekeliling pesisir pantai banyak warung warung tradisional yang menjajakan beragam jenis makanan seperti olahan seafood dan masakan masakan tradisional.

Walaupun pantai kerandangan memiliki pesona yang cukup memenuhi kriteria bagi para wisatawan, namun para pengelola masih kesulitan dalam memasarkan dan mempromosikan pantai kerandangan pada khalayak luas, para pengelola hanya mengandalkan promosi di website resmi desa dan promosi mulut kemulut wisatawan. hal inilah yang menyebabkan kurang maksimalnya promosi yang dilakukan para pengelola pantai kerandangan. Baru baru ini, para konten kreator yang menggeluti media sosial Tiktok banyak memanfaatkan media platform tersebut untuk membuat konten tentang pantai kerandangan dan memposting di akun media sosial Tiktok pribadi mereka. Berdasarkan hasil pencarian peneliti pada platfom media sosial Tiktok, peneliti menemukan beberapa akun yang memposting vidio yang berkaitan dengan pantai kerandangan, konten yang di posting berupa vidio pengalaman pemiliki akun saat mengunjungi pantai kerandangan, vidio yang memperlihatkan indahnya pantai kerandangan dengan berbagai spot berfotonya, dan juga vidio berburu kuliner seafood dan makanan tradisional di pantai kerandangan. Postingan-postingan tersebut memuat beragam komentar positif dari netizen, mulai dari komentar yang mengatakan bahwa awalnya tidak percaya dengan kabar yang mereka dengar dari kerabatnya namun setelah melihat postingan vidio terkait akhirnya mereka percaya bahwa memang pantai kerandangan adalah pantai yang sangat indah, komentar mereka yang terkejut mengetahui pantai kerandangan memiliki banyak spot berfoto yang asik dan terang-terangan menyatakan minat mereka untuk mengunjungi pantai kerandangan, hingga tidak sedikit komentar mereka yang membagikan pengalaman saat mengunjungi pantai kerandangan. Dari beragam komentar tersenbut, peneliti dapat melihat bahwa banyak wisatawan khususnya pengguna platform media sosial Tiktok merasa berminat untuk berkunjung ke pantai kerandangan.

Hal ini juga diperkuat dengan data parkir kendaraan wisatawan yang meningkat setiap

tahunya, terhitung sejak bulan november penghujung tahun 2022, di tahun berikutnya parkir kendaraan wisatawan yang berkunjung meningkat 2 hingga 3 kali lipat dari tahun tahun sebelumnya. Sebelumnya parkir kendaraan wisatawan berjumlah kurang lebih 750 kendaraan diantaranya 652 kendaraan roda 2 dan 98 kendaraan roda 4 pertahunnya, namun dari tahun 2023 parkir kendaraan wisatawan meningkat drastis menjadi 2100 kendaraan baik roda dua maupun roda 4, Hingga saat ini data tersebut masih meningat dan stabil. Pada hal ini peneliti mencocokan di mana tahun peningkatan parkir kendaraan wisatawan yang terjadi bertepatan dengan tahun di postingnya vidio-vidio terkait yang di teliti. Maka dari itu peneliti merasa bahwa postingan vidio yang berkaitan dengan pantai kerandangan dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke pantai kerandangan.

LANDASAN TEORI

1. Teori Hubungan Tiktok Dengan Minat Berkunjung Wisatawan

a. Media Sosial Tiktok

Tiktok adalah aplikasi media sosial berbasis video berdurasi pendek yang memungkinkan pengguna membuat konten video yang kreatif dan menarik untuk dibagikan (Hayes et al., 2020). Pemasaran media sosial Tiktok dengan konten buatan pengguna saat ini memainkan peran penting di berbagai industri (Sedera et al., 2017). Konten yang tersedia meliputi komedi, makanan, olahraga, kecantikan, gaya, seni, permainan, pendidikan dan perjalanan (Kaplan dan Haenlein, 2010).

Tiktok tidak hanya sebagai sarana promosi produk, namun juga dapat digunakan sebagai alat untuk membangun dan mempromosikan citra suatu destinasi (Molinillo et al.,2018). Mengingat banyaknya pengguna Tiktok, ini bisa dijadikan peluang pemasaran atau periklanan (Kaplan dan Haenlein, 2010). Pemasaran media sosial Tiktok dengan konten buatan pengguna kini memainkan peran penting di semua industri, terutama di bidang pariwisata (Chung dan Koo, 2015). Seseorang dapat berbagi kisah perjalanannya melalui video perjalanan buatannya sendiri (Hudson et al. 2015). Praktik pariwisata dan keputusan mengunjungi suatu destinasi semakin dipengaruhi oleh opini para pembuat konten yang disampaikan melalui media sosial. Oleh karena itu, sangat menarik untuk mengkaji pengalaman hidup dalam konten perjalanan (Oliveira, Araujo, & Tam, 2020). Oleh karena itu, peran konten Tiktok dalam industri pariwisata sangat penting karena pariwisata merupakan industri yang padat informasi. Pemaksimalan media sosial Tiktok sangat bervariasi, mulai dari hiburan, promosi produk, penyebaran informasi, hingga pendidikan. Banyak individu dan bisnis menggunakan Tiktok untuk menciptakan konten kreatif, menjangkau audiens yang lebih luas, dan membangun komunitas.

b. Minat Berkunjung Wisatawan

Menurut Albard (Aprilia, 2015; Deksono, 2017), teori minat pengunjung dianalogikan dengan minat pembeli. Menurut Anoraga (2000), minat beli merupakan proses pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen sebelum membeli produk yang ditawarkan atau dibutuhkan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2003), minat beli konsumen adalah suatu perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan untuk membeli atau memilih suatu produk berdasarkan pengalaman dalam memutuskan untuk menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk. Minat beli ini muncul setelah mereka terstimulasi oleh produk yang dilihatnya.Dari situlah timbul minat untuk mencoba produk tersebut hingga akhirnya timbul keinginan untuk membelinya guna memilikinya (Kotler dan Keller, 2009).

Menurut Cooper dan kawan-kawan dalam buku “Tourism Principles and Practice“, wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan ke tempat yang tidak merupakan tempat

tinggalnya dengan tujuan utama untuk liburan, rekreasi, atau kegiatan lain yang tidak berkaitan dengan kegiatan profesional atau bisnis, serta tidak menetap di tempat tujuan tersebut. Menurut Andina dan Aliyah (2021) faktor-faktor yang mempengaruhi minat wisatawan dalam mengunjungi objek wisata ialah karena atraksi wisata atau daya tarik wisata, informasi yang mudah didapatkan, aksesbilitas yang mudah dijangkau, fasilitas penunjang pariwisata serta tarif atau harga yang relatif murah.

c. Hubungan Tiktok Dengan Minat Berkunjung Wisatawan

Perkembangan teknologi yang terus meningkat menjadi sebuah sarana majunya sebuah informasi dan komunikasi yang sangat luas bagi seluruh lapisan masyarakat khususnya wisatawan dengan jejaring Internet. Seperti adanya sosial media yang menjadi sarana dapat menghubungkan seluruh manusia di dunia untuk terhubung satu sama yang lainnya. Aplikasi Tiktok sebagai salah satu sosial media yang saling memberikan informasi melalui sebuah video atau konten yang dibagikan.

Kategori konten travelling dijadikan referensi bagi masyarakat dalam mencari tempat destinasi wisata seperti beberapa akun yang memposting vidio yang berkaitan dengan pantai kerandangan, konten yang di posting berupa vidio pengalaman pemiliki akun saat mengunjungi pantai kerandangan, vidio yang memperlihatkan indahnya pantai kerandangan dengan berbagai spot berfotonya, dan juga vidio berburu kuliner seafood dan makanan tradisional di pantai kerandangan. Dengan konten-konten yang dibagikan oleh akun-akun tersebut di Tiktok dapat menjadi sebuah referensi kunjungan dan menarik minat berkunjung wisatawan pengguna Tiktok yang akan berkunjung ke Pantai Kerandangan. Dengan adanya media sosial Tiktok, berpotensi menimbulkan dampak positif yang mana semakin terexposenya destinasi wisata pantai kerandangan dan tentu saja dapat menarik minat berkunjung wisatawan ke pantai kerandangan. Dalam hal ini, penulis dapat menyimpulkan bahwa adanya hubungan antara media sosial Tiktok terhadap minat kunjungan wisatawan.

METODE PENELITIAN

Pada penyusunan proposal skripsi ini, penulis memilih melakukan penelitiannya pada salah satu destinasi wisata yakni Pantai Kerandangan Desa Senggigi Kecamatan Batulayar Kabupaten Lombok Barat Provinsi Nusa Tenggara Barat. Jarak tempuh bandara internasional lombok menuju pantai kerandangan ini sekitar 50,4 km dengan estimasi waktu sekitar 1 jam 8 menit perjalanan. Sedangkan jarak tempuh pusat kota mataram dengan pantai kerandangan yakni sekitar 4,4 km dengan estimasi waktu kurang lebih 11 hingga 15 menit perjalanan. Penulis memilih lokasi penelitian ini bukan tanpa alasan, berdasarkan pertimbangan yang cukup matang, penulis memilih pantai kerandangan sebagai lokasi penelitian di karenakan lokasinya yang sangat strategis, dekat dengan pusat kota mataram, dan juga pantai kerandangan berada di desa senggigi yang sejak lama menjadi pusat berwisata para wisatawan macanegara. Hal ini membuat daya tarik wisata pantai kerandangan di pilih oleh penulis sebagai lokasi penelitian yang cocok dengan judul proposal skripsi ini.

Gambar 1. Lokasi Penelitian

Sumber: Google maps pantai Kerandangan

Jenis data dalam penelitian ini ada dua yaitu data primer dan data skuinder. Data primer adalah data yang dikumpulkan untuk tujuan pertama, yang umumnya termasuk dalam data tersebut dan merupakan kumpulan informasi. Data primer diperoleh langsung dari sumber asli atau tanpa perantara. Data primer dapat berupa data yang berasal langsung dari sumbernya, seperti Wawancara, survei, observasi, eksperimen atau pengumpulan informasi yang dilakukan langsung oleh peneliti. Data primer mempunyai keunggulan yaitu relevan dengan tujuan penelitian dan juga dapat disesuaikan dengan kebutuhan penelitian tertentu karena berasal dari sumber asli dan tanpa perantara. Sedangkan data skunder adalah data yang berasal dari sumber lain dan bukan dari penelitian atau data asli dari informan. Data tersebut dipyrone secara tidak langsung melalui perantara atau catatan pihak lain. Data tersebut dapat berupa informasi statistik, laporan, hasil penelitian atau data yang dipublikasikan dalam berbagai bentuk.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendeskripsikan fakta dasar tentang pemaksimalan media sosial Tiktok dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan pada Daya Tarik Wisata Pantai Kerandangan Senggigi Kabupaten Lombok Barat. Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata yang hasilnya tidak dapat ditentukan dengan menggunakan metode statistik. Pendekatan kualitatif merupakan suatu proses penelitian yang didasarkan pada metodologi untuk mempelajari fenomena sosial dan permasalahan yang timbul darinya. Dalam pendekatan kualitatif, peneliti membuat gambaran yang kompleks, melaporkan pendapat responden secara rinci, mengkaji kata-kata, dan melakukan penelitian dalam situasi alamiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah satu pantai yang berada di sekitar bagian Barat Pulau Lombok adalah Pantai Kerandangan. Dengan pesona keindahan alamnya yang indah dan alami menjadikan pantai ini wajib untuk dikunjungi. Pantai Kerandangan menjadi destinasi yang memiliki pemandangan yang sangat mempesona. Penampakan yang indah dan suasana yang asri membuat siapa saja betah berlama-lama di pantai ini. Pantai ini berdekatan dengan Pantai Senggigi. Namun pantai ini memiliki keindahan panorama alamnya tersendiri yang tak kalah indahnya dengan pantai lainnya di Pulau Lombok. Tak hanya masyarakat disekitar pantai ini saja yang datang berkunjung, namun masyarakat dari Lombok Tengah, Lombok Timur hingga mancanegara datang hanya untuk menikmati pesona wisata pantai ini.

Pantai Kerandangan terdiri dari 3 pantai, ada yang menyebutnya dengan Pantai

Kerandangan 1, Pantai Kerandangan 2, dan Pantai Kerandangan 3. Setiap pantai kerandangan ini memiliki daya tariknya tersendiri namun tentu saja sangat indah. Pantai ini terhubung langsung dengan laut lebas sehingga memiliki ombak yang bawah arus lautnya cukup keras. Sehingga bagi wisatawan yang melakukan kegiatan berenang disanarankan untuk berenang di pinggir saja.

Adapun hasil dari penelitian dan wawancara penulis dengan beberapa pihak tetrkait yang dilakukan penulis diantaranya adalah:

1. Daya Tarik Pantai Kerandangan

a. Memiliki pemandangan sunset yang menawan

Matahari terbenam di ujung laut dapat dilihat dari pantai ini. Pemandangan cahaya langit yang berwarna jingga berbaur dengan air laut yang kebiruan serta suara ombak berderu-deru menambah kesan menawan di pantai ini. Banyak pecinta senja memburu sunset di pantai ini. Sehingga tak heran ketika sore hari tiba pantai ini di dominansi oleh wisatawan dari kalangan muda.

b. Dikelilingi pohon kelapa dan rumput hijau

Salah satu daya tarik utama dari pantai sebagai destinasi wisata ini adalah pohon kelapa yang menjulang tinggi mengelilingi sekitar pantai. Bukan hanya itu, rumput-rumput hijau sejuk dipandang pun berada di bawah pohon kelapa. Dengan pepohonan dan rumput yang hijau, menambah kesan asri di lingkungan pantai. Wisatawan tak akan merasa panas atau kegerahan ketika berada di lokasi ini.

c. Lokasi camping yang indah

Banyak wisatawan dari berbagai kalangan melakukan kegiatan camping atau berkemah di halaman pantai ini. Bahkan komunitas-komunitas tertentu sering mengadakan kegiatan camping bersama di destinasi ini. Suasana camping dan bermalam seraya berkumpul melingkar di antara api ungun memberikan perasaan nyaman tersendiri. Selain itu, di pagi hari wisatawan yang melakukan kegiatan camping dapat melakukan swafoto di beberapa tempat seperti di danau kerandangan, di tebing bebatuan, atau di hamparan rumput hijau yang luas. Bagi wisatawan yang ingin melakukan camping di area pantai ini hanya perlu melakukan izin kepada pengelola pantai. Tak ada syarat apapun, wisatawan pasti akan selalu diizinkan.

d. Lokasi piknik yang seru

Memiliki suasana dan lokasi yang sejuk dan adem, menjadikan lokasi pantai ini tepat untuk berpiknik bersama keluarga maupun teman-teman. Menambah suasan liburan wisatawan banyak yang membawa perlengkapan grill atau sekedar makanan-makanan ringan ketika mengunjungi destinasi wisata ini. Sesampainya di lokasi wisatawan cukup mencari posisi yang tepat kemudian menyiapkan perlengkapan ditengah indahnya pepohonan kelapa.

e. Ombak yang pas bagi surfing pemula

Pantai Kerandangan menjadi salah satu pantai di Lombok dengan spot untuk berselancar air atau Surfing terutama bagi peselancar pemula. Memiliki deburan ombaknya yang tidak terlalu besar menjadikan tempat yang sangat cocok digunakan untuk surfing. Bagi wisatawan yang akan surfing disarankan untuk dilakukan di waktu pukul 12.00 sampai 17.00 karena ombak yang ada di jam tersebut akan sangat memadai untuk surfing. Pantai ini memiliki ombak yang cukup besar dengan ketinggian tertinggi sekitar 3,5 meter. Di sekitar pantai ini tidak tersedia penyewaan papan surfing. Sangat disarankan untuk membawa perlengkapan sendiri saat berencana surfing.

2. Sistem pemasaran pengelola Pantai Kerandangan

Pengelola Pantai kerandangan baik itu karang taruna, pemuda desa, pengelola Pantai, serta pemerintah setempat hanya melakukan promosi Pantai kerandangan dari mulut ke mulut tanpa menggunakan media apapun, terlebih media social. Pengelola Pantai kerandangan sendiri

tidak memiliki akun social media baik itu facebook, Instagram, youtube, dan tiktok. Hal inilah yang menyebabkan kurangnya minat berkunjung wisatwan ke Pantai kerandangan, wisatawan kurang mengetahui informasi lengkap tentang kerandangan.

3. Pemaksimalan media social Tiktok

Ditengah kekurangan yang dimiliki oleh para pengelola Pantai kerandangan khususnya di bidang pemasaran lahirlah sebuah platfom media social yang di gemari oleh hampir semua kalangan. Pemaksimalan media social TikTok yang di maksudkan disini adalah beberapa wisatwan yang merasa puas saat mengunjungi Pantai kerandangan mengabadikan kegiatan mereka lalu membagikannya pada platfom media social TikTok dalam bentuk vidio, foto, maupun audio visual yang tentunya menarik untuk di lihat oleh pengguna platfom lainya. Hal ini juga menarik perhatian para konten creator untuk mengunjungi Pantai kerandangan dan melakukan hal yang sama dengan tujuan memanfaatkan media social TikTok untuk menarik minat berkunjung wisatawan, konten creator yang notabene memiliki followers cukup banyak tentu saja lebih mudah untuk mendapatkan jumlah viewer atau penonton dari konten yang mereka bagikan.

Hal inilah yang dimanfaatkan oleh para pengelola khususnya para pedagang kuliner disekitar Pantai untuk menarik minat berkunjung wisatawan ke Pantai kerandangan. Para pengelola melakukan kolaborasi atau Kerjasama dengan beberapa konten creator dan pihak terkait dengan melakukan persetujuan dari duabelah pihak lalu membuat konten yang nantinya akan di bagikan oleh konten creator di akun TikTok mereka. Dengan begitu keduabelah pihak dapat saling menguntungkan, para pengelola beruntung destinasi mereka di promosikan oleh konten creator dan konten creator mendapatkan imbalan sesuai dengan persetujuan awal.

4. Tanggapan wisatawan tentang pemaksimalan media social TikTok

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan beberapa pengunjung Pantai kerandangan, Sebagian besar menanggapi kegiatan tersebut adalah kegiatan yang sangat baik, bahkan banyak dari mereka yang mengetahui Pantai kerandangan dari postingan yang di bagikan oleh konten creator di platfom media social khususnya TikTok. Banyak dari mereka yang mengatakan "dulu kami hanya mengetahui Pantai kerandangan adalah Pantai yang biasa saja seperti Pantai pada umumnya, bahkan kami sering mendapatkan informasi bahwa di Pantai kerandangan sering terjadi air pasang, jadi kami takut mengunjunginya. Namun beberapa bulan yang lalu mulai ramai di TikTok yang menunjukan kalua Pantai kerandangan itu ternyata tempatnya bagus banget, banyak spot foto yang indah, terutama di tebing terbing bebatuan dan danau alami yang terbentuk dari air pasang" jelas para wisatwan yang merasa tertarik setelah melihat postingan di Platfom media social TikTok.

Bukan hanyak wisatawan lokal saja, namun penulis juga melakukan wawancara dengan wisatawan asing asal Hungaria Bernama Heider Consti, pria parubaya berumur 48 tahun yang sedang melakukan kegiatan berliburnya Bersama keluarga. Heider adalah wisatawan asing yang dalam 7 tahun terakhir selalu mengunjungi Indonesia khususnya bali dan Lombok dan biasa menetap di kuta mandalika. Heider mengatakan "dalam 7 tahun terakhir saya dan keluarga selalu mengunjungi Indonesia khususnya pulau bali dan pulau Lombok, namun ini kali pertama saya mengunjungi Pantai kerandangan setelah sekian lama saya mengunjungi lombok. Awalnya saya tidak banyak mengetahui tentang Pantai kerandangan, saya hanya mengetahui Pantai Senggigi, namun pada saat saya bersantai di hotel tempat saya menginap, anak saya memberitahu saya kalau dia melihat salah satu postingan di TikTok yang memperlihatkan keindahan Pantai kerandangan, dan waw ini benar benar di luar dugaan saya, mengetahui jarak Pantai kerandangan dengan hotel tempat saya dan keluarga saya menginap cukup dekat, saya langsung menuju Pantai kerandangan setelah melakukan sarapan di hotel, dan disini lah saya sekarang" sambil bergumam tegas Heider

saat di wawancara oleh penulis.

PENUTUP

Kesimpulan

Pemaksimalan media social TikTok adalah sebuah kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan minat berkujung wisatawan di Pantai kerandangan. Kegiastan tersebut cukup berhasil menarik minat wisatawan untuk mengunjungi Pantai kerandangan. Bukan tanpa sebab, dari hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis saat melakukan observasi ke lapangan, penulis mendapatkan respon positif dari banyak wisatawan yang diwawancarai. Bukan hanya wisatawan lokal, namun wisatawan asing pun merasa bahwa kegiatan pemaksimalan media social TikTok ini sangat lah efektif untuk menarik minat berkunjung wisatawan karena hal tersebut juga sangat berguna bagi wisatawan macanegara seperti dirinya.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Ade Irma Suryani Sitorus (2021)-Pengaruh Tik Tok Pada Minat Wisata.Jurnal Pendidikan Wisata," N.D 13
[2] Agustina, Lidya (2020). "Viralitas Konten Di Media Sosial" 1, No. 2: 3
[3] Rina Rachmawati (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran, Jurnal Kompetensi Teknik Vol. 2, No, 144.
[4] Efrina Masdaini and Ayu Dewi Hemayani, "Analisis Keputusan Pembelian pada Konsumen Warung Kopi Nilang," 2022, 22.
[5] Eko Murdiyanto, Metode Penelitian Kualitatif, 1st Ed. (Yogyakarta: Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Pada Masyarakat Upn "Veteran" Yogyakarta Press, 2020), 19.