

Instagram "Jelajah Maumere" sebagai Media Penyampaian Informasi Promosi Kebudayaan di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sikka

Maria Oktavia¹, Intan Mustafa², Viktor Ariestyan Sedu³, Lodowik N. Kedoh⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nusa Nipa, Maumere, Indonesia

*Correspondence Author: Viaoktavia168@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of the Instagram account "Jelajah Maumere" in promoting the local culture of Sikka Regency, East Nusa Tenggara (NTT). In the digital era, social media, especially Instagram, has become an effective tool for promoting culture and tourism destinations. The Tourism and Culture Office of Sikka Regency utilizes the "Jelajah Maumere" Instagram account as a platform to introduce the cultural and natural wealth of Maumere to a broader audience, both domestically and internationally. This study employs a descriptive qualitative approach with the Miles and Huberman interactive data analysis method, consisting of data collection, data reduction, data presentation, and data verification. Data collection techniques were carried out through observation, interviews, and documentation. The results indicate that the "Jelajah Maumere" Instagram account has been effective as a promotional media in conveying information about local culture. By utilizing engaging visual content, educational narratives, and audience engagement, the account contributes to the preservation of culture and supports sustainable tourism in Sikka Regency. The findings show that social media, particularly Instagram, is a highly effective means of introducing and promoting local culture to a wider audience, while also encouraging the growth of the tourism sector in the region.

Keywords: Instagram, Cultural Promotion, Jelajah Maumere, Tourism.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran akun Instagram "Jelajah Maumere" dalam mempromosikan kebudayaan lokal Kabupaten Sikka, Nusa Tenggara Timur (NTT). Dalam era digital, media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi alat yang efektif dalam mempromosikan budaya dan destinasi pariwisata. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sikka memanfaatkan akun Instagram "Jelajah Maumere" sebagai platform untuk memperkenalkan kekayaan budaya dan alam Maumere kepada audiens yang lebih luas, baik domestik maupun internasional. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode analisis data interaktif Miles dan Huberman, yang terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram "Jelajah Maumere" telah berhasil sebagai media promosi yang efektif dalam menyampaikan informasi mengenai kebudayaan lokal. Dengan memanfaatkan konten visual yang menarik, narasi edukatif, dan keterlibatan audiens, akun ini berkontribusi pada pelestarian kebudayaan serta mendukung pariwisata berkelanjutan di Kabupaten Sikka. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial, khususnya Instagram, merupakan sarana yang sangat efektif dalam memperkenalkan dan mempromosikan kebudayaan lokal kepada masyarakat luas, sekaligus mendorong pertumbuhan sektor pariwisata di daerah tersebut.

Kata kunci: Instagram, Promosi Kebudayaan, Jelajah Maumere, Pariwisata

Pendahuluan

Indonesia memiliki kekayaan budaya yang sangat beragam dan menarik perhatian wisatawan baik dari dalam negeri maupun mancanegara. Keragaman ini menciptakan warisan budaya yang unik dan menarik, yang menjadi daya tarik utama bagi wisatawan domestik maupun mancanegara.

Sobur mengemukakan bahwa kebudayaan terdiri dari gagasan, simbol, dan nilai-nilai yang merupakan hasil dari karya serta tindakan manusia. Oleh karena itu, tidaklah berlebihan jika ada pernyataan bahwa kebudayaan manusia sangat erat kaitannya dengan simbol-simbol. Manusia sering disebut sebagai makhluk simbolis karena cara mereka berpikir, merasakan, dan bertindak sering diwujudkan melalui berbagai ungkapan simbolik. (Kedoh & Helen, 2023)

Menurut Fernando (2016), aspek sosial budaya memiliki peran penting dalam pengembangan sektor pariwisata. Budaya, sebagai salah satu daya tarik utama wisata, menjadi inovasi yang bernilai tinggi dan memberikan banyak keuntungan. Warisan budaya yang ditinggalkan oleh generasi terdahulu dapat dimanfaatkan sebagai aset wisata yang memiliki nilai ekonomi tinggi, terutama seiring dengan perkembangan sektor pariwisata yang terus meningkat. Selain sebagai warisan untuk generasi mendatang, pemanfaatan budaya juga berfungsi untuk menjaga keberadaannya agar tidak punah. Beragam budaya yang ada di dunia, khususnya di Indonesia, menjadi magnet wisata yang tidak hanya memperkuat identitas lokal tetapi juga berkontribusi pada peningkatan pendapatan di

daerah-daerah yang memiliki kekayaan budaya tersebut. (Alhafidza et al., 2024)

Di Indonesia, berbagai daerah mulai mengembangkan pariwisata berbasis budaya dengan mempromosikan warisan budaya lokal kepada masyarakat luas. Upaya ini bertujuan untuk menarik minat wisatawan sekaligus menjadikan pariwisata berbasis budaya sebagai sarana untuk mendorong pertumbuhan ekonomi di tingkat nasional.

Pariwisata adalah sektor yang mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap pemasukan dan devisa suatu negara. Oleh karena itu, perencanaan yang matang dalam pengembangan objek dan daya tarik wisata menjadi sangat penting. Pengembangan ini mencakup berbagai aspek, seperti pengembangan produk wisata, promosi dan pemasaran, infrastruktur, serta sumber daya manusia di bidang pariwisata. Selain itu, pariwisata juga menjadi sarana bagi pemerintah untuk memperkenalkan, memberikan informasi, dan menyebarkan pengetahuan tentang budaya daerah kepada wisatawan, baik domestik maupun internasional. (Sunarto dkk., 2022)

Meskipun Indonesia memiliki kekayaan budaya yang luar biasa, seperti tradisi adat, seni pertunjukan, kerajinan tangan, dan upacara adat, seringkali hal tersebut tidak mendapatkan perhatian yang layak.

Penelitian dari Melisa Fitri Rahmadinata dkk (2024) menyebutkan bahwa wisata Silek Lanyah di Kubu Gadang berhasil

menarik perhatian berbagai kalangan, termasuk pelajar, wisatawan lokal, dan mancanegara. Program ini tidak hanya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga mempromosikan budaya melalui media sosial, seperti Instagram @desawisatakubugadang. Dengan demikian, tujuan masyarakat Kubu Gadang untuk melestarikan seni bela diri tradisional Silek Lanyah telah tercapai, sekaligus memberikan dampak positif bagi pengembangan pariwisata dan budaya lokal. (Rahmadinata dkk., 2024)

Penelitian lainnya oleh Fatia Utami dan Defhany berjudul Peran Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Objek Wisata Tankayo Eco Park, memperoleh hasil yakni manajemen objek wisata Tankayo Eco Park Syariah memanfaatkan Instagram sebagai platform utama untuk kegiatan promosi. Media sosial Instagram digunakan sebagai alat promosi dengan mengunggah konten berupa foto dan video untuk memperkenalkan Tankayo kepada calon pengunjung. Aktivitas ini dikelola oleh admin Instagram. Pemanfaatan Instagram ini terbukti efektif dalam menarik minat pengunjung untuk datang langsung ke objek wisata tersebut. (Utamia & Defhany, 2024)

Indonesia memiliki banyak destinasi budaya yang menarik, namun kurangnya koordinasi antara pemerintah daerah, pelaku pariwisata, dan masyarakat lokal membuat promosi tidak terorganisir dengan baik. Tanpa adanya kerjasama yang baik, destinasi budaya sering kali tidak mendapatkan perhatian yang cukup. Kondisi ini juga di alami oleh pariwisata

budaya di Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT). Pemanfaatan budaya sebagai objek wisata telah banyak dilakukan di berbagai lokasi, seperti desa wisata dan destinasi wisata lainnya. Objek wisata dan fasilitas pariwisata memiliki berbagai fungsi penting bagi suatu daerah, termasuk menyediakan layanan publik untuk kegiatan rekreasi, hiburan, dan olahraga.

Promosi objek wisata melalui media sosial merupakan metode yang relatif baru namun memiliki dampak signifikan dalam meningkatkan mobilitas wisatawan. Media sosial memungkinkan wisatawan atau konsumen untuk berbagi pengalaman mereka sekaligus menjadi sumber informasi tentang berbagai destinasi wisata. Selain berfungsi sebagai alat promosi pariwisata, media sosial juga membuka peluang untuk menciptakan berbagai peluang bisnis. Platform seperti Facebook, Twitter, dan Instagram adalah contoh media sosial yang penggunaannya memerlukan koneksi internet. (Ikram Idrus & Nurhidayah, 2016)

Promosi merupakan salah satu elemen utama dalam pemasaran yang bertujuan untuk mengenalkan merek, produk, atau layanan kepada masyarakat serta mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Kegiatan promosi adalah bentuk komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan atau individu untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Tujuan utamanya adalah meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk atau layanan tertentu dan memengaruhi mereka untuk menggunakannya atau membelinya.

Promosi sangat berkaitan dengan penyampaian informasi kepada konsumen, di mana istilah "promosi" berasal dari bahasa Inggris *promote* yang berarti mengembangkan atau mengingatkan. Secara keseluruhan, promosi berperan sebagai alat untuk meningkatkan penjualan. (Peramusiwi & Wijayanti, 2024)

Menurut Kotler dan Keller (Maulana dkk., 2022), promosi adalah bentuk komunikasi yang dilakukan perusahaan dengan memanfaatkan berbagai metode untuk menyampaikan pesan kepada audiens target guna mencapai tujuan organisasi tertentu. Dalam kegiatan komunikasi pemasaran, khususnya untuk mempromosikan destinasi wisata, media sosial seperti Instagram sering digunakan. Melalui Instagram, pengguna dapat membuat cerita (story) atau mengunggah konten berupa foto dan gambar yang berisi informasi pada akun mereka.

Promosi objek wisata melalui media sosial lebih efektif dibandingkan dengan media tradisional. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan media tradisional dalam menjangkau audiens yang luas secara cepat dan efisien, baik dari segi ruang maupun waktu. Keterbatasan tersebut membuat promosi melalui media tradisional sering dianggap kurang optimal. (Ikram Idrus & Nurhidayah, 2016)

Media sosial merupakan salah satu bentuk media digital yang muncul

bersamaan dengan perkembangan teknologi informasi, khususnya internet. Media sosial tidak hanya menyediakan informasi yang dapat diakses oleh masyarakat (netizen), tetapi juga memungkinkan siapa saja untuk membuat dan menyebarkan konten. Memahami jenis dan karakteristik media sosial menjadi landasan penting dalam merancang komunikasi publik yang lebih efektif, efisien, dan tepat sasaran. (Agustini dkk., 2024)

Media sosial sering dimanfaatkan untuk membagikan pengalaman wisata melalui foto dan video. Wisatawan sering menggunakan media sosial sebagai sarana untuk menceritakan aktivitas perjalanan mereka. Mereka cenderung aktif mengunggah foto atau video yang menunjukkan kunjungan mereka ke suatu daerah atau destinasi wisata. Secara tidak langsung, aktivitas ini menjadikan media sosial sebagai alat promosi pariwisata, meskipun pengguna media sosial mungkin tidak menyadari peran tersebut. (Havianto & Artiningrum, 2023)

Salah satu cara untuk memperkenalkan destinasi pariwisata kepada wisatawan domestik maupun internasional adalah dengan memperhatikan media promosi yang digunakan. Media promosi tersebut dapat berupa media cetak, seperti koran, majalah, dan brosur, maupun media elektronik,

seperti televisi, radio, dan internet. (Ani & Suranto, 2020)

Instagram pertama kali diluncurkan pada tahun 2010 sebagai aplikasi yang memungkinkan pengguna mengunggah foto yang dapat diedit menggunakan berbagai filter. Seiring dengan kemajuan dunia digital, Instagram terus menghadirkan inovasi dalam jejaring sosial berbasis foto dan video. Hal ini menjadikannya salah satu aplikasi yang paling populer hingga saat ini. (Larita dkk., 2020)

Menurut Mahmudah dan Rahayu (Kula dkk., 2024) Instagram merupakan platform media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah serta membagikan gambar dan video. Salah satu kelebihan Instagram adalah kemudahan aksesnya, yang memungkinkan konten yang dibuat dapat menjangkau audiens secara global. Oleh karena itu, perusahaan memanfaatkan popularitas Instagram sebagai peluang untuk menjadikannya media yang efektif dalam menyampaikan informasi dan melakukan promosi guna mencapai target pasar mereka.

Instagram menyediakan berbagai fitur yang mendukung perkembangan industri pariwisata yang semakin beragam. Awalnya, Instagram hanya digunakan untuk mengunggah foto dan video di feed. Namun, kini tersedia fitur Instastory yang memungkinkan unggahan tampil selama 24

jam saja. Dengan semakin banyaknya fitur yang dikembangkan, berbagai aplikasi pendukung juga tersedia untuk meningkatkan tampilan dan kualitas akun Instagram, menjadikannya lebih menarik dan informatif. Penggunaan media sosial, khususnya Instagram, secara tidak langsung dapat menarik perhatian, karena konten yang diunggah, baik berupa foto maupun video, dirancang sedemikian rupa untuk memukau pengguna melalui visual yang estetik dan menawan. (Armana & Azizah, 2023)

Instagram yang mengusung konsep berbagi foto dan video, memiliki daya tarik unik dibandingkan media sosial lainnya. Bisa dikatakan bahwa kontribusi fotografi digital di Instagram telah menjadi sarana promosi, termasuk dalam bidang pariwisata. (Handayani & Adelvia, 2020)

Pemanfaatan platform Instagram dengan nama “Jelajah Maumere” “oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sikka, Flores, Nusa Tenggara Timur (NTT) untuk promosi budaya adalah salah satu langkah cerdas dalam menghadapi era digital. Dengan jumlah pengguna media sosial yang terus berkembang, terutama Instagram sebagai platform berbasis visual, promosi budaya melalui platform ini memberikan peluang besar untuk memperkenalkan kekayaan budaya, alam, dan potensi pariwisata yang ada di Maumere dan sekitarnya kepada audiens yang lebih luas, baik di dalam negeri maupun luar negeri.

Promosi kebudayaan merupakan salah satu elemen penting dalam pengembangan Sektor pariwisata. Di era digital, media sosial telah menjadi alat yang efektif untuk menyebarkan Informasi dan meningkatkan daya tarik suatu daerah. Kabupaten Sikka, dengan keanekaragaman budaya dan keindahan alamnya, memiliki potensi besar untuk menarik wisatawan. Dinas pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sikka memanfaatkan instagram melalui akun “Jelajah Maumere” untuk mendukung upaya ini dengan memanfaatkan foto dan video yang indah dan menggugah, akun Instagram “Jelajah Maumere” “bisa menarik perhatian lebih banyak orang untuk mengetahui lebih dalam tentang budaya lokal dan berkunjung ke daerah tersebut. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis peran akun “Jelajah Maumere” dalam mempromosikan kebudayaan lokal.

Metode penelitian

Jenis penelitian ini ialah deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan analitis yang merupakan sebuah metode penelitian yang berusaha menggambarkan serta menginterpretasi objek sesuai dengan fakta yang ada. Penelitian ini fokus pada instagram “Jelajah Maumere” yang mempromosikan kebudayaan lokal yang di kelola oleh dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten sikka.

Menurut Moleong, penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang bertujuan memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan. Pendekatan ini dilakukan secara menyeluruh dengan mendeskripsikan hasilnya

dalam bentuk kata-kata dan bahasa, sesuai dengan konteks tertentu yang bersifat alami, serta menggunakan berbagai metode pendekatan yang juga alami. (Kedoh & Helen, 2023)

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini ialah observasi nonpartisipan. Wawancara dilakukan dengan pengelola akun instagram “Jelajah Maumere”. Peneliti melakukan wawancara secara mendalam dengan teknik tidak terstruktur, namun tetap berpedomankan pada panduan wawancara agar dapat terarah. Untuk menganalisis data, peneliti menggunakan model analisis data interaktif Miles dan Huberman, yang terdiri dari empat tahapan, yakni pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data. Selanjutnya, data yang telah terkumpul diperiksa keabsahannya agar dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, pengecekan anggota, serta kecukupan referensi.

Hasil dan Pembahasan

Gambar 1. Akun Instagram @jelajahmaumere



Sumber: Dokumentasi Peneliti

Instagram adalah platform yang sangat visual, sehingga akun “Jelajah Maumere” “dapat menampilkan keindahan alam dan kekayaan budaya Maumere secara langsung. Dengan menggunakan foto, video, dan Instagram Stories, akun ini bisa memperkenalkan potensi budaya Maumere. Akun “Jelajah Maumere” dikelola oleh dinas pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Sikka, akun ini secara rutin mengunggah konten yang mencakup Informasi budaya seperti tari-tarian tradisional, musik lokal, dan ritual adat. Wisata alam seperti Pantai-pantai indah seperti Pantai Koka, Pantai Waiara, tanjung kaju wulu, napun gete, tanjung watu krus dan yang memiliki pasir putih dan air laut yang jernih., Foto dan video keindahan alam di sekitar Maumere, seperti pantai koka, patung Maria Nilo, pulau Pangabatang. Produk lokal, promosi kerajinan tangan dan makanan khas daerah. Produk-produk kerajinan tangan dari Kabupaten Sikka sangat beragam dan memiliki ciri khas yang mencerminkan budaya dan tradisi masyarakat setempat.

Beberapa kerajinan tangan yang sering dipromosikan di akun “Jelajah Maumere” “antara lain tenun Ikat yang merupakan salah satu produk kerajinan tangan yang sangat khas dari Nusa Tenggara Timur, termasuk Kabupaten Sikka.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, peran akun dalam promosi kebudayaan Peningkatan visibilitas Melalui unggahan di akun instagram “Jelajah Maumere” “cukup konsisten dan penggunaan tagar seperti #eksplorMamuere #BudayaMaumere sangat membantu pencarian di media sosial. Akun ini

berhasil menjangkau pengguna instagram baik lokal maupun tingkat nasional. Interaksi dengan audiens Fitur komentar, pesan langsung dan polling di instagram dimanfaatkan untuk membangun komunikasi dua arah dengan audiens. Interaksi ini membantu minat dan partisipasi masyarakat terhadap program kebudayaan.

Dampak promosi akun ini berhasil menarik wisatawan untuk mengunjungi Maumere. Beberapa tantangan yang dihadapi antara lain keterbatasan anggaran untuk produksi konten kualitas tinggi, Persaingan dengan akun media sosial lain yang mempromosikan daerah lain dan kurangnya sumber daya manusia untuk pengelolaan akun secara optimal.

Faktor Pendukung Promosi melalui Media Sosial Instagram Jelajah Maumere

1. Akun Instagram “Jelajah Maumere” “mampu Menceritakan secara visual pariwisata budaya di Kabupaten Sikka.

Fungsi promosi wisata budaya di akun Instagram “Jelajah Maumere” “memang sangat kuat dalam menceritakan secara visual kekayaan budaya Maumere dan Kabupaten Sikka, Nusa Tenggara Timur. Akun ini menggunakan media visual secara efektif untuk menarik perhatian wisatawan dan audiens global terhadap potensi budaya lokal yang dimiliki daerah tersebut. Instagram adalah platform berbasis visual yang memungkinkan pengikut untuk melihat langsung keindahan budaya Maumere melalui gambar dan video. Melalui gambar, video, dan cerita visual, akun “Jelajah Maumere” “bisa menyampaikan pesan budaya dengan cara yang lebih menarik dan

mudah dipahami. Ini sangat penting karena banyak orang lebih tertarik dengan gambar dan video daripada teks panjang, sehingga informasi budaya lebih cepat diterima dan lebih mudah dicerna.

Salah satu keunggulan utama promosi wisata budaya di Instagram adalah kemampuannya untuk membangun koneksi emosional dengan audiens. Foto-foto budaya yang menampilkan aktivitas masyarakat lokal, seperti upacara adat, pakaian tradisional, atau kerajinan tangan dapat memicu rasa ingin tahu dan ketertarikan. Dengan melihat keceriaan dan kehangatan dalam budaya lokal melalui gambar, pengikut dapat merasa lebih terhubung secara emosional dan terdorong untuk mengunjungi tempat tersebut. Di Instagram, keunikan budaya dapat dengan mudah disorot melalui foto dan video yang berkualitas tinggi. Misalnya, tenun ikat, yang merupakan ciri khas Maumere, dapat ditampilkan dalam close-up shot yang menonjolkan detail motif dan warna yang rumit. Begitu pula dengan Moko, gendang perunggu yang memiliki sejarah panjang, dapat divisualisasikan dalam video dokumenter singkat yang memperlihatkan proses pembuatan atau penggunaannya dalam upacara adat. Ini membuat budaya lokal lebih dikenal dan dihargai oleh audiens internasional.

Melalui visual storytelling, akun Instagram “Jelajah Maumere” “dapat menceritakan kisah budaya Maumere dalam bentuk gambar atau video yang dapat berbicara lebih dari sekedar teks. Misalnya, video ritual adat yang menampilkan langkah demi langkah acara adat atau proses pembuatan kerajinan tangan oleh pengrajin lokal, dapat memberikan

gambaran yang lebih hidup tentang tradisi dan kehidupan sehari-hari masyarakat. Ini memberikan nuansa autentik dan membangkitkan rasa ingin tahu bagi pengikut. Instagram memungkinkan penggunaan hashtags untuk memperluas jangkauan konten. Hashtags seperti #JelajahMaumere, #Sikka, #WisataBudaya, atau #TenunIkat membantu menyebarkan visual dari budaya Maumere ke audiens yang lebih luas.

Dengan menggunakan hashtags yang relevan, gambar dan video yang menonjolkan keindahan budaya Maumere dapat dengan mudah ditemukan oleh orang yang tertarik pada budaya Indonesia, memperkenalkan mereka pada keunikan Maumere yang mungkin belum mereka ketahui sebelumnya. Melalui visual di Instagram, akun “Jelajah Maumere” “memberikan ruang bagi masyarakat lokal untuk terlibat aktif dalam mempromosikan budaya mereka. Gambar-gambar yang menampilkan warga yang memakai pakaian adat, proses pembuatan kerajinan, atau pertunjukan seni memperlihatkan keterlibatan langsung masyarakat dalam menjaga dan menghidupkan budaya mereka. Ini juga memberi kesempatan kepada mereka untuk menjadi bagian dari narasi budaya yang lebih besar.

2. Akun Instagram “Jelajah Maumere” “mampu mengunggah konten menarik tentang pariwisata budaya di Kabupaten Sikka

Akun Instagram “Jelajah Maumere” “memang memiliki kemampuan yang sangat baik dalam mengunggah konten menarik terkait

pariwisata budaya di Kabupaten Sikka, Nusa Tenggara Timur (NTT). Akun ini memanfaatkan visual storytelling dengan sangat efektif untuk mengenalkan kekayaan budaya, keindahan alam, serta produk lokal Kabupaten Sikka kepada audiens yang lebih luas, baik domestik maupun internasional. Akun Instagram “Jelajah Maumere” “sering menggunakan hashtag yang relevan dan populer untuk memperluas jangkauan konten mereka, seperti #JelajahMaumere, #Sikka, #WisataBudaya, #TenunIkat, #Moko, dan lain-lain. Dengan demikian, mereka mampu menjangkau audiens yang lebih luas, baik domestik maupun internasional, yang tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang pariwisata budaya dan produk lokal Kabupaten Sikka. Konten yang diunggah oleh akun “Jelajah Maumere” “sering kali menciptakan rasa penasaran bagi audiens dan meningkatkan keinginan mereka untuk mengunjungi Maumere. Foto-foto dan video yang menampilkan keindahan alam, budaya yang masih lestari, serta pengalaman unik yang bisa ditemukan di Maumere akan mendorong pengikut untuk merencanakan perjalanan mereka ke daerah ini.

Salah satu kelebihan akun “Jelajah Maumere” “adalah kolaborasi yang mereka lakukan dengan masyarakat lokal, terutama para pengrajin atau pelaku budaya. Kerajinan tenun ikat, Moko, serta produk lokal lainnya sering dipromosikan melalui testimoni langsung dari pengrajin atau warga setempat. Hal ini tidak hanya memberikan nilai lebih pada konten, tetapi juga meningkatkan keterlibatan

komunitas lokal dalam mempromosikan budaya mereka sendiri.

Akun ini juga aktif mengunggah informasi tentang event budaya, seperti Pesta Laut, Festival Maumere, atau acara lain yang menampilkan musik tradisional, tarian, dan ritual adat. Dengan membagikan informasi dan visual dari acara ini, akun Instagram “Jelajah Maumere” “mengajak wisatawan untuk merencanakan kunjungan mereka ke Maumere pada saat-saat tertentu untuk merasakan langsung kekayaan budaya yang ada.

3. Akun Instagram “Jelajah Maumere” “mampu membangun brand awareness tentang pariwisata budaya di Kabupaten Sikka

Akun Instagram “Jelajah Maumere” “memiliki peran penting dalam membangun brand awareness tentang pariwisata budaya di Kabupaten Sikka, Nusa Tenggara Timur. Dengan mengunggah konten yang menarik dan informatif, akun ini secara efektif memperkenalkan Sikka sebagai destinasi wisata yang kaya akan keindahan alam dan budaya lokal. Berikut adalah beberapa cara di mana akun “Jelajah Maumere” “mampu membangun brand awareness mengenai pariwisata budaya di Kabupaten Sikka.

Penggunaan Visual Berkualitas Tinggi. Instagram adalah platform yang sangat visual, dan “Jelajah Maumere” “memanfaatkan ini dengan sangat baik. Dengan mengunggah foto dan video berkualitas tinggi yang menampilkan pemandangan alam, kerajinan tangan, upacara adat, dan kehidupan sehari-hari masyarakat Sikka, akun ini berhasil menciptakan kesan

yang kuat tentang keindahan budaya dan alam Kabupaten Sikka. Visual yang menarik mempermudah audiens mengingat dan mengenali daerah ini, yang menjadi langkah pertama dalam membangun brand awareness. Menggunakan Hashtags yang Relevan dan Populer.

Akun Instagram “Jelajah Maumere” “memanfaatkan hashtag yang efektif, seperti #JelajahMaumere, #WisataSikka, #SikkaCulture, #ExploreSikka, dan #TenunIkat, untuk memperluas jangkauan konten mereka. Hashtags ini mempermudah audiens untuk menemukan konten yang relevan tentang pariwisata budaya Kabupaten Sikka dan berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan visibilitas di platform Instagram. Dengan menggunakan hashtag secara konsisten, akun ini membantu membangun citra merek Maumere sebagai tujuan wisata budaya yang menarik. Pariwisata budaya di Kabupaten Sikka tidak hanya melibatkan elemen budaya, tetapi juga keindahan alam yang menambah daya tarik bagi wisatawan. Pantai-pantai eksotis, pulau-pulau indah, air terjun, dan gunung-gunung di Maumere sering kali menjadi latar belakang dari upacara adat dan kegiatan budaya lainnya yang dipromosikan di akun Jelajah Maumere. Dengan cara ini, akun ini tidak hanya membangun kesadaran tentang budaya lokal, tetapi juga menciptakan citra Sikka sebagai destinasi wisata alam dan budaya yang kaya.

Penutup

Secara keseluruhan, Akun Instagram "Jelajah Maumere" berhasil berfungsi sebagai media penyampaian informasi yang efektif

untuk promosi kebudayaan Kabupaten Sikka. Dengan menggabungkan konten visual, narasi edukatif, dan keterlibatan audiens, akun ini mendukung Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sikka dalam memperkenalkan dan melestarikan kebudayaan lokal, serta mendorong pariwisata berkelanjutan yang menghargai keaslian budaya dan keindahan alam Sikka.

Akun instagram “Jelajah Maumere” terbukti menjadi media yang efektif untuk mempromosikan kebudayaan lokal Kabupaten Sikka. Pengguna media sosial oleh pemerintah daerah merupakan langkah strategis untuk memperkenalkan potensi budaya dan pariwisata pada kyalayak yang lebih luas.

Daftar Pustaka

- Agustini, M., Syarifudin, A., & Muslimin. (2024). Penggunaan Media Instagram dalam Mempertahankan Budaya Lokal Kain Jumputan Kota Palembang (@bebajoemputan). *Pubmedia Social Sciences and Humanities*, 1(3), 12. <https://doi.org/10.47134/pssh.v1i3.171>
- Ani, D. F., & Suranto, S. (2020). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Potensi Wisata Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman. *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(5). <https://doi.org/10.21831/lektur.v2i5.16368>
- Armana, N. A. C., & Azizah, N. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Wisata Embung Sumberagung Kecamatan Gondang. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(7), 130–135.
- Handayani, F., & Adelvia, K. (2020). Instagram Tourism: Menciptakan Hype Pada Destinasi Wisata (Studi Pada Akun @Indoflashlight). *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 24(2), 105. <https://doi.org/10.31445/jskm.2020.2856>
- Havianto, C. A., & Artiningrum, T. (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana

- promosi Objek Wisata Bumi Almira. *Geoplanart*, 4(2), 91–103.
- Ikram Idrus, M., & Nurhidayah. (2016). Peranan Sektor Pariwisata Dan Kebudayaan Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Lokal Kabupaten Wakatobi Sulawesi Tenggara. *Jurnal Ekonomi Balance Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 142–151.
- Kedoh, L. N., & Helen, M. L. (2023). Analisis Makna Simbolik Ritual Nena Ura Wai Pada Masyarakat Sukutukan di Desa Pululera, Kecamatan Wulanggitang Kabupaten Flores Timur. *Jurnal Ilmu Komunikasi Communicatio*, 6(1).
- Kula, M. T. G., Bastian, M. D., Sedu, V. A., & N, K. L. (2024). Nilai- Nilai Karakter dalam Konten Instagram @humasuniversitasnusanipa Sebagai Perwujudan Visi dan Misi Universitas Nusa Nipa. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 4(3), 2370–2380. <https://doi.org/10.57250/ajsh.v4i3.919>
- Larita, S., Halik, A., & Tajibu, K. (2020). Instagram Sebagai Media Promosi Dinas Kebudayaan Dan Kepariwisataaan Sulawesi Selatan. *Jurnal Washiyah*, 1(1), 54–68. <https://tekno.kompas.com/read/2019/12/23/140>
- Maulana, R. F., Sumarah, N., & Rizqi, M. (2022). Efektivitas Instagram @mangrovewonorejo sebagai Media Promosi Pariwisata di Surabaya. *Seminar Nasional Hasil Skripsi*, 1(1), 118–123.
- Naylasyani Siti Alhafidza, Dhiana Ratu Nabhila, Dwi Aulia Nurfadhilah, Lusiana Rahmawati, Muhammad Avriel Ramadani, & Buyung Firmansyah. (2024). Peran Budaya Sunda Dalam Pengembangan Destinasi Wisata Teras Sunda Cibiru: Tinjauan Teori Buhalis 3a. *Sabbhata Yatra: Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 5(1), 49–60. <https://doi.org/10.53565/sabbhatayatra.v5i1.1202>
- Peramuswi, D., & Wijayanti, C. N. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Desa Wisata Sumberbulu Kecamatan Mojogedang Kabupaten Karanganyar. *Jurnal Ilmu Komunikasi PROGRESSIO*, 4(1), 1–11.
- Rahmadinata, M. F., Sri, F., Hafid, A., & Akbar, T. (2024). *Pertunjukan Silek Lanyah sebagai Upaya Pelestarian Budaya dan Daya Tarik Wisata di Desa Wisata Kubu Gadang Padangpanjang*. 15, 10–17. <https://doi.org/10.31294/khi.v15i1.16672>
- Sunarto, I., Saputra, D., & Haya, A. F. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Wisata Puncak Rembangan Remuning Lor Arjasa Kabupaten Jember. *Prosiding SEMINALU 2023 pendatang*, Aziz, 347–352.
- Utamia, F., & Defhany. (2024). *Peran Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Objek Wisata Tankayo Eco Park*. 04(03), 728–734.