

Peran Media Sosial Untuk Meningkatkan Jumlah Hunian Penginapan Batara White House Di Kapala Pitu Kabupaten Toraja Utara

Merlin Merlin

Universitas Kristen Indonesia Toraja

Abedneigo Carter Rambulangi

Universitas Kristen Indonesia Toraja

Korespondensi penulis: abedneigocarterrambulangi134@gmail.com

Abstract: This research aims to determine the role of social media in increasing the number of residences at the Batara White House accommodation in Kapala Pitu, North Toraja Regency. This type of research is qualitative. The informants in this research were the manager and 2 residential people at the Batara White House. The data analysis techniques used in this research are data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results obtained are that in increasing the number of residences at Batara White House, the management uses the role of social media Instagram. In using social media Instagram, the management of Batara White House makes aesthetic posts with interesting captions. With the role of social media, starting from the beginning of March until May 2023, the number of residences has increased, namely in March there were 693 residences, in April there were 867 residences, and in May there were 889 residences. This happens because there is consistency in uploading Instagram stories and also diligently reposting posts from other users who come to visit.

Keywords: social media, Instagram, Batara White House.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran media sosial untuk meningkatkan jumlah hunian penginapan Batara White House di Kapala Pitu Kabupaten Toraja Utara. Jenis penelitian ini adalah kualitatif. Yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah pengelola dan 2 orang Hunian yang ada di Batara White House. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil yang didapatkan adalah dalam meningkatkan jumlah Hunian di Batara White House maka pengelola menggunakan peran media sosial instagram, dalam menggunakan media sosial instagram pengelola Batara White House membuat postingan yang estetik dengan *caption* yang menarik. Dengan adanya peran dari media sosial tersebut mulai dari awal bulan Maret sampai dengan Mei 2023 jumlah Hunian mengalami peningkatan yaitu pada bulan Maret sebanyak 693 Hunian, April sebanyak 867 Hunian, dan bulan Mei sebanyak 889 Hunian. Hal ini terjadi karena adanya konsistensi dalam mengunggah *instastory* instagram serta rajin juga merepost postingan dari pengguna lain yang datang berkunjung.

Kata kunci: media sosial, instagram, Batara White House.

LATAR BELAKANG

Media sosial merupakan sarana yang dijadikan seseorang untuk mengirim pesan, foto, suara, serta informasi yang lainnya kepada orang lain. Sosial media adalah sarana yang dijadikan sebagai suatu interaksi antara seseorang dengan orang lain dimana kita dapat ciptakan, bagikan, tukarkan dan modifikasi pikiran didalam bentuk virtual atau online. Dengan adanya media sosial memungkinkan orang yang menggunakannya untuk menampilkan dirinya atau berbicara dengan menggunakan pesan teks, foto, dan video dan itu akan membuat sebuah ikatan sosial secara online (Nasrullah, 2017).

Masyarakat Indonesia juga sudah aktif menggunakan media sosial dibulan Januari 2021 dari laporan terbaru dari agensi marketing We Are Sosial dan platform manajemen medial sosial Hootsuite. Sekarang penggunaan teknologi informasi khususnya internet dari tahun ke

tahunnya sudah ada peningkatan. Jumlah yang menggunakan internet tinggi membuat Indonesia sebagai pasar yang memiliki kemampuan untuk melakukan kegiatan bisnis lewat internet.

Dengan memanfaatkan media sosial berbasis internet sebagai alat komunikasi dalam pariwisata lebih fleksibel dan mendapatkan keuntungan, karena dengan memakai media sosial semacam ini lebih mudah, terjangkau, dapat menghemat biaya. Karena itulah media sosial sangat disukai oleh banyak orang sebagai sarana komunikasi dan promosi. Dengan adanya media sosial memudahkan serta memungkinkan orang yang menggunakannya tidak sulit berpartisipasi, menciptakan, dan bisa membagikan pengalaman dan informasi yang ia punya. Adapun media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat saat ini adalah instagram.

Toraja Utara adalah salah satu Kabupaten yang berada di Sulawesi selatan yang memiliki tempat penginapan yang kaya akan keindahan alam dan seni budayanya, Toraja Utara sebagai kabupaten yang kuat akan pada aspek penginapan yang selalu menjadi magnet bagi para hunian dengan motivasi dan perilaku yang unik. Dari segi penginapan yang ada di Toraja Utara memiliki penginapan yang potensial. Salah satu penginapan yang ada disana adalah Batara White House yang berada di Kecamatan Kapala Pitu Kabupaten Toraja Utara yang mulai berkembang pada tahun 2022, Batara White House termasuk tempat penginapan yang baru berkembang. Pada pra observasi 30 Maret 2023, Batara White House ini memiliki udara yang sejuk dengan pemandangan yang asri, ditempat ini juga memiliki beberapa tempat spot yang dipilih diantaranya seperti *spot camp*, tempat penginapan dan *spot tribun*. Selain itu, Batara White House ini juga memiliki tempat gazebo berbentuk unik yang berdiri di atas area Batara White House, serta tidak ketinggalan banyak spot foto dan menjadi daya tarik utama pengunjung di Batara White House yang dapat di unggah di Media sosial.

Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui peran media sosial untuk meningkatkan jumlah hunian penginapan Batara White House di Kapala Pitu Kabupaten Toraja Utara

KAJIAN TEORITIS

Peran

Peran menurut Soekanto (2017), peran merupakan seseorang yang telah melakukan hak dan kewajibannya berdasarkan status yang ia miliki. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia yang di maksud dengan peran ialah harapan tingkah laku yang dipunyai seseorang yang memiliki jabatan di masyarakat. Sedangkan yang dimaksud dengan peran secara termologi adalah perbuatan yang dilakukan seseorang sesuai dengan status ataupun posisi yang dimilikinya atau yang didudukinya didalam masyarakat. Oleh karena itu seseorang yang telah

melaksanakan hak dan kewajiban sesuai dengan kedudukan ataupun posisi yang ia miliki maka orang tersebut sudah melakukan yang namanya peran. Selain itu peran juga dapat diartikan sebagai sebuah perilaku yang dipunyai seseorang dimasyarakat, oleh karenanya peran dan kedudukan tidak biasa dipisahkan karena saling ketergantungan antara yang satu dengan yang lainnya.

Media Sosial

Media sosial adalah sarana online yang dijadikan pergaulan sosial lewat daring, dimana orang yang memakainya bisa berkomunikasi, serta berinteraksi, share informasi, kepada orang lain. Teknologi yang digunakan oleh media sosial adalah website atau aplikasi dimana bisa merubah sebuah komunikasi kedalam sebuah dialog interaktif seperti instagram dan lain-lainnya. Sosial media perannya semakin diakui di berbagai bisnis yang dapat mendongkrak keuntungan para pebisnis. Dengan adanya media sosial memberikan peluang bagi usaha minim supaya dapat mengubah cara berinteraksi bersama pelanggan, memasarkan barang-barang yang dimiliki sehingga terjalin hubungan yang baik.(Tangkeallo & Tangdialla, 2021)

Pemasaran

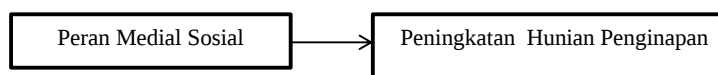
American Marketing Association (Tjiptono, 2018) menjelaskan jika pemasaran ialah kegiatan, sekumpulan lembaga, dan proses melahirkan, mengungkapkan, serta bertukar tawaran yang bernilai bagi konsumen. Pemasaran juga dapat diartikan dengan identifikasi, mengukur berapa besarnya dan untung yang akan didapatkan. Pemasaran adalah suatu proses yang sifatnya sosial dan manajerial dengan tujuan untuk memberikan kepuasan akan kebutuhan dan keinginan seseorang ataupun banyak orang lewat melahirkan produk, dan menukarkan produk dan nilai kepada masyarakat yang lainnya (Rambulangi, 2023)

Minat Kunjungan

Minat berkunjung dapat di artikan bahwa adanya dorongan dari dalam diri seseorang untuk datang berkunjung kesuatu tempat yang menurutnya memiliki keunikan dari tempat lainnya, dengan adanya keunikan tersebut membuat minat berkunjung seseorang terjadi.

Kerangka Bepikir

Sistematik dalam pengumpulan data, maka Penulis menyusun suatu kerangka konseptual yang dapat dijadikan landasan acuan. Kerangka ini disusun berdasarkan objeknya yakni Hunian Penginapan Batara White House. Di objek penelitian ini yang akan diteliti terkait dengan Peran Media Sosial yang dilakukan oleh Batara White House ini melalui media sosial misalnya Instagram. Setelah itu dari peran media sosial akan dianalisis dampaknya terhadap jumlah kunjungan. Adapun kerangka konseptual ini penulis gambarkan dalam skema 2.1 sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Sumber: data diolah (2023)

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini akan dijelaskan sebagai berikut:

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan langkah-langkah penelitian dapat menghasilkan data deskriptif seperti tulisan dan lisan yang didapatkan dari individu-individu atau orang yang bisa dijadikan objek penelitian.

Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah primer data yang diperoleh langsung dari lapangan penelitian (Sugiyono 2019:193), sedangkan sumber yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer adalah yang diperoleh dari hasil wawancara bersama pengelola akun Batara White House, dan Hunian yang datang kesana.

Informan Penelitian

Yang dijadikan sebagai informan dalam penelitian ini adalah pengelola akun Batara White House dan dua orang Hunian.

Fokus Penelitian

Adapun yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah Media Sosial. Media sosial adalah alat yang digunakan suatu produk sehingga dapat dikenal pada kalangan masyarakat

dengan menggunakan media sosial, dengan media sosial juga dapat berbagi gambar, suara, dan video. Adapun indikator yang digunakan dalam media sosial menurut Chris Heuer dalam (Randang, J. L., 2022) yaitu sebagai berikut:

1. *Context*, yaitu cara membentuk pesan melalui penggunaan bahasa yang mudah dimengerti, sederhana, serta memperhatikan keestetikan foto atau video.
2. *Communication*, yaitu melakukan komunikasi dengan merespon setiap pertanyaan yang diajukan baik melalui direct message maupun pada kolom komentar sosial media.
3. *Collaboration*, adalah bertujuan untuk membangun kerja sama yang baik antara akun media sosial yang satu dengan akun media sosial lainnya baik itu Hunian ataupun calon Hunian.
4. *Connection*, yaitu dengan cara aktif atau rutin dalam membagikan atau memposting foto dan video atau membuat story dengan informasi terbaru serta selalu merepost story dari para Hunian.

Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data pada pengamatan dilakukan dengan beberapa metode:

1. Observasi (Pengamatan), yaitu mengamati dan meneliti langsung ke lokasi penelitian.
2. Wawancara, yaitu kegiatan penelitian dengan cara mengajukan pertanyaan kepada informan penelitian.
3. Dokumentasi yaitu kegiatan penelitian dengan cara mengumpulkan bukti penelitian berupa foto/gambar, ataupun dalam bentuk dokumen lain selama masih berhubungan dengan objek penelitian

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan untuk menganalisis data yang sudah terkumpul melalui prosedur pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. **Reduksi Data** yaitu proses menganalisis data dengan cara memilih data yang dianggap penting dari hasil pengumpulan data, kemudian menggolongkan data itu, dan membuang data yang dianggap tidak memiliki hubungan dengan penelitian.
2. **Penyajian Data**, yaitu tahap kedua setelah reduksi data dimana pada tahap ini penyajian data yang telah diambil tersebut kedalam beberapa penyajian tergantung dari keinginan penelitian, seperti membuat laporan agar bisa dimengerti oleh orang lain dan sesuai dengantujuan yang ingin dicapai.
3. **Penarikan kesimpulan**, yaitu tahap terakhir dengan melakukan penarikan kesimpulan dari data yang diperoleh dan telah disajikan sesuai dengan rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media sosial memiliki peran yang sangat penting didalam meningkatkan jumlah hunian pada sebuah penginapan. Dengan adanya peran media mosial yang tepat dan mengelolahnya dengan baik dan secara teratur maka akan membawa dampak yang baik bagi pengelolahnya. Begitu juga di Batara White House didalam meningkatkan jumlah Hunian pada penginapan dengan menggunakan peran dari media sosial instagram ada beberapa langkah yang dilakukan oleh pengelolah akaun tesebut yang akan diuraikan berikut ini.

Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Jumlah Hunian Batara White House

1. Penggunaan Bahasa Pada Postingan Instagram (*Context*)

Bahasa yang menarik merupakan bahasa yang mampu menarik perhatian pembaca dan membuat mereka tertarik untuk terus membacanya, selain itu postingan yang menarik dan

estetik juga sangat berguna untuk menarik perhatian para pengikut agar mereka tertarik dengan apa yang kita posting. Demikian juga yang dilakukan oleh pengelola akun media sosial Batara White House dalam mengunggah video atau pun foto di *feed* atau *instastory* instagram untuk menarik minat dari pengikutnya agar datang ke penginapan Batara White House adalah dengan cara membuat postingan yang estetik dengan bahasa yang menarik dan mudah dipahami oleh pengikutnya.

Berdasarkan tanggapan dari Hunian Batara White House dikatakan bahwa postingan dari media sosial Batara White House sudah sangat estetik dan bahasa yang digunakan sudah menarik dan mudah dimengerti sehingga mereka tertarik untuk datang berkunjung karena melihat postingan *instastory* dari akun media sosial Batara White House yang memperlihatkan pemandangan yang indah dan sejuk.

2. Respon yang diberikan Melalui Media Sosial (*Communication*)

Respon merupakan tanggapan dari suatu rangsangan yang kemudian diolah menjadi sebuah makna dan akhirnya menjadi suatu taksiran terhadap suatu pesan. Respon yang baik yang dikirim ke orang lain akan dengan bahasa mudah dipahami adalah sangat berguna bagi seseorang. Begitu pun dengan pengelola akun media sosial Batara White House, jika ada yang mengirim pesan secara langsung lewat instagram (*Direct Message*) maka pengelola akun akan meresponnya dengan baik setiap pertanyaan dengan menggunakan

bahasa yang mudah dipahami oleh pengikutnya dan menceritakan secara detail tentang Batara White House. Dari tanggapan yang diperoleh dengan Hunian dikatakan bahwa respon yang diberikan oleh pengelola akun media sosial sudah sangat baik, selalu merespon dengan cepat sehingga informasi yang diterima pula jelas dan akan akan membuat pengikutnya tertarik untuk datang di Batara White House.

3. Cara Membangun Kerja Sama Dengan Pengguna Lain (*Collaboration*)

Kerja sama yang baik akan membawa hal yang baik pula. Itulah yang dilakukan oleh pengelola akun media sosial Batara White House, dalam membangun kerja sama yang baik pengelola akun selalu memposting ulang *instastory* dari pengikutnya sehingga informasi tentang Batara White House tetap terupload dan diketahui oleh banyak orang dan hunian juga semakin meningkat. Berdasarkan tanggapan dari para Hunian Batara White House bahwa pengelola akun media sosial selalu memposting ulang *story* mereka.

4. Rutin Membuat Postingan dan Story (*Connection*)

Dari hasil penelitian yang telah diuraikan diatas didapatkan bahwa pengelola akun media sosial Batara White House sangat rutin membuat story dan mengupload ulang story dari pengguna lain yang menandai akun instagram *@batarawhitehouse*. Meskipun batara white

house jarang membuat feed namun banyak pengguna lain yang menandainya dengan postingan sehingga pengunjung akun media sosial tidak ketinggalan informasi terbaru mengenai Batara White House.

Dari tanggapan Hunian juga didapatkan bahwa pengelola akun media sosial dari batara white house selalu rutin memposting story di instagram sehingga dia tidak ketinggalan informasi terbaru tentang Batara White House.

Peningkatan Jumlah Hunian Batara White House Kapala Pitu Toraja Utara

Keputusan penggunaan media sosial di Batara White House untuk meningkatkan jumlah hunian sudah cukup baik terlebih dengan alasan yang sudah disampaikan bahwa media sosial yang digunakan memiliki segmentasinya sendiri. Meskipun jika diingat kembali penggunaan media sosial sebagai sarana untuk meningkatkan jumlah hunian Batara White House tidak termasuk rencana dari awal berdirinya tempat tersebut, namun pengelola Batara White House terus melakukan upaya terbaik agar promosi yang dilakukan melalui media sosial tersebut dapat menghasilkan hasil yang mereka inginkan. Hal ini merupakan bentuk dari eventually does yang dilakukan oleh Batara White House dalam menjalankan sebuah strategi untuk menarik para Hunian pada tempat yang dikelolanya. Efek dari penggunaan media sosial memberikan peningkatan jumlah Hunian yang

berkunjung ke Batara White House. Hal ini dapat dilihat melalui tabel dibawah berikut:

Tabel 1. Jumlah Pengunjung Batara White House Mulai dari Januari-Mei 2023

Bulan	Jumlah Hunian
Januari	364
Februari	497
Maret	693
April	867
Mei	889

Sumber: data diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa sebelum menggunakan instagram bulan Januari 2023 jumlah hunian hanya 364 orang dan Februari berjumlah 497. Namun saat menggunakan media sosial instagram pada bulan awal bulan Maret sampai Mei 2023 pengunjung yang datang ke Batara White House meningkat yaitu, pada bulan Maret berjumlah 693 hunian, pada bulan April 867 hunian, dan pada bulan Mei jumlahnya mencapai 889 hunian. Itu artinya penggunaan instagram dengan konsistensi, intensitas, dan adanya evaluasi yang dilakukan dalam penggunaan media sosial sebagai peranan untuk meningkatkan jumlah hunian Batara White House berhasil membuat pengunjung bertambah setiap bulannya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh Penulis mengenai peran media sosial untuk meningkatkan jumlah hunian pada Batara White House dapat disimpulkan bahwa Batara White House menggunakan Instagram sebagai sarana untuk meningkatkan jumlah hunian yang datang. Dan dengan menggunakan media sosial instagram telah terjadi peningkatan selama tiga bulan berturut-turut yaitu mulai dari awal bulan Maret sejak penggunaan instagram sampai bulan Mei 2023. Hal ini terjadi karena adanya konsistensi dalam mengunggah instastory dan merepost story dari pengunjung yang sudah pernah datang berkunjung ke tempat tersebut, selain itu postingan yang diposting juga menggunakan caption dengan bahasa yang menarik dan mudah dipahami oleh pembaca, serta setiap foto atau video yang diposting juga memperlihatkan keestetika dari Batara White House, sehingga banyak pengikut merasa tertarik untuk datang ke Batara White House.

Dalam penggunaan media sosial instagram memiliki peran, keuntungan, serta kendala yang dialami tim pengelola Batara White House. Peran instagram adalah membantu dalam mempromosikan Batara White House kepada semua orang terutama kalangan anak muda. Keuntungannya adalah teraihnya segmentasi pengunjung anak muda dikarenakan kalangan anak muda saat ini sangat aktif dalam menggunakan media sosial dan dari postingan instagramnya akan tersebar luas informasi tentang Batara White House. Adapun kendalanya adalah kesulitan dalam membuat caption yang cocok dengan gambar atau video yang akan diunggah serta kendala yang lain adalah kualitas konten dikarenakan kamera yang kurang bagus.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh penulis maka ada beberapa saran yang penulis sampaikan sebagai berikut ini:

1. Sebagai upaya mempromosikan akun media sosial milik Batara White alangkah baiknya jika fitur instagram yang digunakan diperbanyak seperti IGTV untuk membuat konten video dengan durasi yang panjang, hashtag untuk menghubungkan konten-konten dengan label yang sama karena dengan menggunakan hashtag yang tepat akan membuat konten muncul ketika pengguna instagram sedang tertarik dengan konten dengan katakunci tertentu.
2. Diharapkan kedepannya kepada pengelola Batara White House untuk memposting lebih banyak tentang Batara White House sehingga lebih banyak lagi Hunian yang datang berkunjung.

3. Diharapkan kedepannya kepada pengelola Batara White House untuk lebih meningkatkan kebersihan di lingkungan sekitar Batara White House sehingga keindahannya tetap terjaga.

REFERENSI

- A. Aarker David. (2013). *Manajemen Pemasaran Stategis*. Edisi 8. Jakarta. Salemba empat
- Abdul Rauf. (2021). *Pemanfaatan Tranformasi Normalized Difference Vegetation*.
- Burhan Bungin. (2016). *Komunikasi Pariwisata*. Jakarta: Prenada Media Group
- Burhan Bungin. (2019). *Komunikasi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media
- H. Kodhyat. (2020). *Sejarah Pariwisata Dan Perkembangan Di Indonesia Jakarta*. Grasi Indo.
- Ismayani. (2015). *Pengantar pariwisata*. Jakarta: Gramedia Widisarana
- Kaplan & Hanlein (2013). *Users Of The World, Unite! The Challenges And Opportunities Of Social Media*. Business Horizons 53. (1). P. 61.
- Kent, M.L. (2013). *Principles of Dialogue and the History of Dialogic Theory in Public Relations*. Dialogue Theory. 1-51.
- Kerpen Dave. (2013). *Likeable Social Media*. New York: McGraw Hill Professional
- Kinnear & Taylor. (2018). *Riset Pemasaran*, Edisi tiga. Jakarta: Erlangga
- Kotler. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler dan Keller (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1 & 2 Jakarta: PT. Indeks
- Mandalis, 2015 , *Metode penelitian suatu pendekatan proposal*, jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Nasrullah, (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siositeknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Rambulangi, A. C., et al. (2023). Strategi Pemasaran Obyek Wisata Lemo Kabupaten Tana Toraja. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 9(3), 949-957.
- Soekanto. (2019). *Teori Peranan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, dan R&D*. Bandung
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Penelitian yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif dan Konstruktif*. Edited By Y. Suryandari. Bandung: ALFABETA.
- Suwantoro, Gamal. (2014). *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tangkeallo, D. I., & Tangdialla, R. (2021). *Analisis Pendidikan Kewirausahaan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKI Toraja*. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 4(1), 74-79.
- Taprial dan Kanwar (2012). *Understanding Social Media*. ventus Publishing. ISBN(978-87-7681-992-7).
- Tjiptono.2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.