

### Peran Wartawan Dalam Mempromosikan Wisata Melalui Bentuk Berita Pada Media Sosial Instagram Instansi Berita Harian @Bisniscom.Sumbagsel

**R.A.Rizkha Apriliza<sup>1</sup>, Sumaina Duku<sup>2</sup>, Hasril Atieq Pohan<sup>3</sup>, Jufrizal<sup>4</sup>, Aliasan**

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Email: [rizkhaapriliza2018@gmail.com](mailto:rizkhaapriliza2018@gmail.com)<sup>1</sup>, [sumainaduku\\_uin@radenfatah.ac.id](mailto:sumainaduku_uin@radenfatah.ac.id)<sup>2</sup>,  
[hasrilatieqpohan\\_uin@raenfatah.ac.id](mailto:hasrilatieqpohan_uin@raenfatah.ac.id)<sup>3</sup>, [jufrizal\\_uin@uinradenfatah.ac.id](mailto:jufrizal_uin@uinradenfatah.ac.id)<sup>4</sup>,  
[aliasan\\_uin@radenfatah.ac.id](mailto:aliasan_uin@radenfatah.ac.id)<sup>5</sup>

#### Abstrak

Penelitian ini berjudul "*Peran Wartawan dalam Mempromosikan Wisata Melalui Bentuk Berita Pada Media Sosial Instagram @Bisniscom.sumbagsel*". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran wartawan dalam mempromosikan wisata melalui bentuk berita yang dilihat dari media sosial Instagram instansi berita Bisnis Indonesia Sumbagsel yaitu @Bisniscom.sumbagsel. Jenis penelitian ini merupakan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan mewawancarai empat orang jurnalis Bisnis Indonesia Sumbagsel secara langsung sebagai informan, studi kepustakaan, observasi dan dokumentasi. Setelah data terkumpul akan dianalisis melalui tiga tahap yaitu, mereduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan yang disajikan dalam bentuk deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan teori peran wartawan dari berbagai ahli dan teori promosi Basu Swastha dan Irawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mempromosikan wisata termasuk peran wartawan dalam melakukan tugasnya. Bisnis Indonesia Sumbagsel sangat berperan sebagai media informasi dengan mempromosikan informasi wisata melalui berita yang mereka buat dan dapat dijadikan sebagai referensi masyarakat yang hendak plesiran. Tidak hanya sebagai bahan referensi, tetapi juga berita wisata dapat menjadi media hiburan dan memiliki peran penting sebagai kontrol sosial bagi khalayak ramai. Dengan keberadaan sosial media Instagram sangat mempermudah instansi berita seperti Bisnis Indonesia Sumbagsel dalam mempublikasikan berita melalui Instagramnya yaitu @bisniscom.sumbagsel. Bisnis Indonesia juga melakukan metode promosi agar berita wisata yang dibuat mendapatkan banyak pengunjung yaitu dengan menggunakan metode memberitahu dan membujuk. Bisnis Indonesia Sumbagsel diharapkan tetap selalu *update* berita mengenai informasi wisata secara *up to date*, akurat berdasarkan realita yang sebenarnya, dan terus meningkatkan kualitas berita wisata dengan selalu update video konten wisata di Instagram maupun sosial media lainnya agar bisa membantu pemerintah dalam hal meningkatkan kunjungan wisata di Sumatera Selatan.

**Kata Kunci:** Peran, Wartawan, Berita, Wisata, Instagram.

#### Abstract

This research is entitled "*The Role of Journalists in Promoting Tourism Through the Form of News on Social Media Instagram @Bisniscom.sumbagsel*". This study aims to determine how the role of journalists in promoting tourism through the form of news seen from Instagram social media, the Bisnis Indonesia Sumbagsel news agency, namely @Bisniscom.sumbagsel. This type of research is descriptive qualitative. The data collection technique was carried out by directly interviewing four journalists from Bisnis Indonesia Sumbagsel as informants, literature study, observation and documentation. After the data has been collected, it will be analyzed through three stages, namely data reduction, data presentation, and conclusions which are presented in a qualitative descriptive form. This research uses journalist role theory from various experts Basu Swastha and Irawan promotion theory. The results of the study show that promoting tourism includes the role

of journalists in carrying out their duties. Bisnis Indonesia Sumbagsel plays a very important role as an information media by promoting tourism information through the news they produce and can be used as a reference for people who want to go on vacation. Not only as reference material, but also tourism news can be a medium of entertainment and has an important role as social control for the general public. With the existence of social media Instagram, it is very easy for news agencies such as Bisnis Indonesia Sumbagsel to publish news through their Instagram, namely @bisniscom.sumbagsel. Bisnis Indonesia Sumbagsel also carry out promotional methods so that the tourism news they produce gets a lot of visitors, by using the telling and persuading method. It is hoped that the Bisnis Indonesia Sumbagsel news agency will always update news regarding tourist information in an up-to-date, accurate manner based on actual reality, and continue to improve the quality of tourism news by always updating tourist content videos on Instagram and other social media so that they can assist the government in terms of increasing tourist visits in South Sumatra.

**Keywords:** Role, Journalist, News, Travel, Instagram

## PENDAHULUAN

Sektor pariwisata sangat penting dan berpengaruh dalam perekonomian Indonesia. Kepala Dinas Pariwisata Palembang, melaporkan di MediaIndonesia.com bahwa jumlah wisatawan domestik dan mancanegara yang berkunjung ke Palembang turun signifikan dari tahun 2022 ke 2021. Hanya 898 ribu wisatawan yang berkunjung ke Sumatera Selatan. Sedangkan pada 2019, mencapai 2,5 juta wisatawan. Penurunan ini akibat pandemi yang melanda Indonesia sejak 2019 silam. Indonesia dengan potensi wisata yang kaya, harus mampu memaksimalkan potensi kesejahteraan masyarakatnya. Selain itu, pariwisata adalah industri yang lebih ramah lingkungan. Jika menjual keindahan alamnya saja sudah cukup, mengapa harus dimusnahkan atau dirampas.

Pariwisata Indonesia memegang peranan penting dalam sektor ekonomi Indonesia. Pada tahun 2018, industri pariwisata Indonesia sanggup menyumbang devisa negara sekitar US\$16,426 miliar. Dan tahun ini sudah ditargetkan harus meningkat lebih pesat. Saat ini, posisi industri pariwisata menempati urutan keempat di setelah minyak bumi, batu bara dan minyak sawit. Taufan Ramadi, anggota tim promosi, monitoring dan evaluasi pengembangan pariwisata dan ekonomi di Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, mengatakan peran jurnalis dalam industri pariwisata Indonesia adalah sebagai *policy controller* dan *support power*. Peran *support power* yaitu sebagai kekuatan pendukung yang memberikan *support* terhadap program pengembangan pariwisata, termasuk program promosi yang memperkut *branding* destinasi lokal di pemberitaan. *Policy controller* artinya pengontrol kebijakan yang berperan untuk memungkinkan jurnalis dapat mengelola dan memantau aktivitas staf, keuangan, produksi, politik, dan hal-hal yang terkait dengan pemeliharaan pariwisata melalui informasi berita yang disiarkan berdasarkan fakta.

Berdasarkan nota kesepahaman antara Kementrian Pariwisata dengan Persatuan Wartawan Indonesia tentang Jurnalistik Kepariwisata tahun 2016 telah sepakat bahwa kerja sama ini dilandasi oleh kesadaran para pihak akan perlunya peningkatan jumlah wisatawan di Indonesia. Hal ini menandakan bahwa tugas mempromosikan pariwisata bukan hanya Kementrian Pariwisata dan Dinas Pariwisata saja, namun para wartawan juga ikut andil dalam melakukan pemasaran destinasi wisata tersebut.

Kegiatan *marketing* juga termasuk ke dalam tugas jurnalis, dimana seorang jurnalis membuat berita tentang mempromosikan suatu benda ataupun tempat. Oleh karena itu, mereka harus mempunyai *skill* untuk membuat tulisan berita tersebut semenarik mungkin agar beritanya menarik untuk dibaca oleh orang banyak. Umumnya, penggunaan teknologi dan Internet di masyarakat sangat tinggi, sehingga sangat memungkinkan jika aktivitas pemasaran digital menjadi pilihan utama bagi perusahaan. Termasuk dalam pemasaran berita, khususnya di bidang jurnalistik yang dapat berkontribusi dalam mengenalkan keindahan dan budaya Indonesia yang beragam.

Dewasa ini, seiring dengan kecanggihan teknologi dan internet yang berkembang pesat, semua orang

memiliki akses ke segala hal melalui media sosial. Media sosial digunakan oleh jurnalis sebagai ide dan topik pertama mereka saat mencari berita. Kehadiran media sosial adalah inovasi terbaru dalam bidang jurnalisme dan *marketing*. Para profesional jurnalistik khususnya juga sangat diuntungkan ketika jurnalisme global tidak lepas dari peran media sosial. Mulai dari media massa tradisional hingga media massa modern. Menurut laporan dari situs resmi DataReportal, jumlah pengguna internet di Indonesia diperkirakan mencapai 204,7 juta pada tahun 2022. Namun media sosial yang paling banyak diminati oleh masyarakat Indonesia adalah Instagram. Menurut data *We Are Social*, pengguna aktif bulanan Instagram di seluruh dunia mencapai 1,45 Milyar orang pada April 2022.

Salah satu instansi harian berita yang memasarkan berita wisata adalah Bisnis Indonesia. Bisnis Indonesia merupakan harian ekonomi dan bisnis terbesar di Indonesia yang secara garis besar memberitakan hal-hal yang berkaitan dengan laju pertumbuhan ekonomi Indonesia. Dalam *website* resminya bisnis.com terdapat 14 topik berita diantaranya, *Market*, Finansial, Ekonomi, Teknologi, *Lifestyle*, Otomotif, *Entrepreneur*, Kabar24, *Sport*, Bola, Infografik, Foto, *Indeks*, dan *Travel*. *Travel* ini membahas mengenai pemberitaan pariwisata di Sumatera Selatan.

Instansi berita harian Bisnis Indonesia memiliki media sosial Instagram masing-masing berdasarkan cabang kotanya sebagai tempat kedua mempromosikan beritanya dan juga penyalur informasi kedua dari laman *website*. Berita Harian Bisnis Indonesia Sumbagsel juga menyediakan *fitur* berita digital melalui *website* resmi Bisnis Indonesia yaitu, Bisnis.com. Bisnis Indonesia Sumbagsel kerap kali mempromosikan berita digitalnya melalui *Story* Instagram dengan mencantumkan *link* berita dan berupa tangkapan layer gambaran beritanya agar mempermudah para pengikut dari berbagai generasi untuk selalu *update* informasi. Tidak hanya membagikan lewat *Story* Instagram, namun berita harian Bisnis Indonesia juga menyebarkan beritanya dalam bentuk postingan Instagram dari berbagai topik termasuk info wisata lokal. Secara tidak langsung, Bisnis Indonesia Sumbagsel ikut berperan dalam mempromosikan tempat wisata lokal yang ada di Sumatera Selatan.

Harian Bisnis Indonesia Perwakilan Sumbagsel merupakan salah satu Perwakilan Harian Bisnis Indonesia yang telah berdiri sejak tahun 2012 bertempat di Jalan Demang Lebar Daun, setelah dua tahun berdiri kantor Harian Bisnis Indonesia pindah ke alamat Jl. Basuki Rahmat hingga saat ini, dipimpin oleh Herdian sebagai Kepala Perwakilan Bisnis Indonesia Sumbagsel. Harian Bisnis Indonesia Sumbagsel mencakup segment pemberitaan ekonomi dan bisnis di Sumbagsel (Sumsel, Jambi, Lampung, Bengkulu dan Bangka Belitung).

Berdasarkan data dan fakta yang peneliti jabarkan, dalam penelitian ini penulis ingin mengkaji, meneliti dan mengambil judul “PERAN WARTAWAN DALAM MEMPROMOSIKAN WISATA MELALUI BENTUK BERITA PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM INSTANSI BERITA HARIAN @BISNISCOM.SUMBAGSEL”.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Sebagai metode, masalah penelitian yang berkaitan dengan materi dijawab dalam bentuk cerita yang muncul dari wawancara, observasi, dan kumpulan dokumen. Penelitian ini berfokus pada studi kasus kantor berita harian Bisnis Indonesia tepatnya di Jl. Basuki Rahmat No. 6. Kel. Kemuning, Kec. Ario Kemuning Palembang 30128. Dengan tujuan untuk mengetahui peran jurnalis dalam mempromosikan pariwisata melalui bentuk pemberitaan di media sosial Instagram @bisniscom.sumbagsel. Data primer penelitian ini bersumber langsung dari staf Harian Bisnis Indonesia Sumbagsel seperti: Herdian sebagai kepala perwakilan, Yunina Paramitha sebagai *digital creative specialist*, Desi Handayani sebagai Administrasi, dan Husnus Iga Puspita sebagai wartawan Bisnis Indonesia Sumbagsel. Pada tahap wawancara, penelitian ini dilakukan pada tanggal 6 Maret - 14 Maret 2022 dan difokuskan pada peran wartawan Bisnis Indonesia Sumbagsel atau jurnalis Bisnis Indonesia dalam mengkomunikasikan informasi tentang promosi pariwisata di media sosial Instagram @bisniscom.sumbagsel.

Riset dilakukan dalam tiga sesi di kantor Bisnis Indonesia Sumbagsel dengan mewawancarai kepala perwakilan, wartawan, dan *digital creative specialist*. Alasan pemilihan informan tersebut adalah karena dianggap mampu menjawab pertanyaan penelitian. Data sekunder diperoleh dari postingan terkait wisata di Instagram @bisniscom.sumbagsel dan juga data dari Harian Bisnis Indonesia seperti sejarah Harian Bisnis Indonesia Sumbagsel, job desk, organisasi dan profil.

Dalam penerapan metode dokumentasi, penulis mengkaji objek-objek sastra, seperti buku dan jurnal yang berkaitan dengan peran seorang jurnalis, karya-karya alumni UIN Raden Fatah Palembang dan perguruan tinggi lainnya, informasi resmi tentang profil dan sejarah Bisnis Indonesia, dan postingan pada Instagram @bisniscom.sumbagsel. Mengenai teknik pengumpulan data secara objektif, penulis menggunakan hasil wawancara dengan informan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini mengkaji objek tentang peran wartawan dalam mempromosikan wisata melalui bentuk berita yang berfokus pada peran terhadap mempromosikan wisata oleh Bisnis Indonesia Sumbagsel pada media sosial Instagram dan mengetahui faktor-faktor yang mendukung peran tersebut. Dari penelitian yang dilakukan, penulis merangkum hasil wawancara dengan menggunakan teknik reduksi data.

### **1. Peran Wartawan (Bisnis Indonesia Sumbagsel) Dalam Mempromosikan Wisata**

Seperti halnya kedudukan, setiap orang mungkin memiliki peran yang berbeda yang dihasilkan dari pola pergaulan dalam kehidupannya. Peran sangat penting karena dapat mengatur perilaku seseorang, selain itu peran memungkinkan seseorang untuk meramalkan tindakan orang lain dalam batas-batas tertentu, sehingga orang tersebut dapat menyesuaikan perilakunya sendiri dengan perilaku orang-orang dalam kelompoknya.

Menurut teori peran Seorjono Soekanto, ekspektasi peran merupakan pemahaman bersama yang menuntun kita untuk berperilaku dalam kehidupan sehari-hari. Sesuai dengan teori ini, seseorang yang memainkan peran tertentu diharapkan berperilaku sesuai dengan peran tersebut. Seseorang dalam posisi jurnalis tentunya memiliki peran yang sesuai dengan profesinya. Dimana tugas jurnalis pada dasarnya hanya menginformasikan dan melaporkan berita. Namun, peran bukan hanya hak dan kewajiban, tetapi juga tanggung jawab dan wewenang. Hubungan ke penelitian, yaitu peran dari seseorang dalam suatu posisi tertentu merupakan suatu hal yang sangat penting. Peran seseorang harus sesuai dengan struktur sosialnya agar dapat menerima penghargaan dan imbalan.

Dari penelitian yang dilakukan, ternyata wartawan tidak hanya berperan sebagai pemberi informasi saja, namun dapat berperan sebagai membantu mempromosikan wisata lokal melalui berita-berita yang mereka buat. Dengan memproduksi berita promosi wisata tersebut, instansi berita juga mendapat imbalan dengan banyaknya pembaca dan pengakses baru.

Penelitian yang berjudul Peran Wartawan dalam Mempromosikan Wisata Melalui Bentuk Berita Pada Media Sosial Instagram Instansi Berita Harian Bisnis Indonesia Sumbagsel @Bisniscom.sumbagsel ini membahas tentang peran seorang wartawan atau jurnalis dalam bidang wisata dengan cara mempromosikannya, yaitu sebagai berikut:

#### **a. Peran wartawan dalam mempromosikan wisata sebagai pemberi informasi**

Wartawan adalah individu yang meliput peristiwa, mengumpulkan berita, dan melaporkannya kepada publik. Tugas utamanya adalah meminta informasi dari sumber untuk menentukan kebenaran (fakta, data, atau informasi) atau untuk mengumpulkan informasi dan kemudian melaporkannya.

Dalam kehidupan sehari-hari, manusia adalah makhluk sosial yang selalu membutuhkan informasi. Manusia pasti membutuhkan media untuk sarana mencari sebuah informasi. Teknologi

saat ini memainkan peran penting dalam pengumpulan informasi. Jika sebelumnya kita mengenal teknologi computer yang di mana hanya bisa menjadi alat untuk mengetik dan hanya menyimpan data, saat ini kita menemukan teknologi terbaru dalam teknologi informasi, yaitu lahirnya internet sebagai teknologi mutakhir yang luar biasa. Dengan perkembangan tersebut, media cetak dan media massa juga menggunakan media sosial sebagai metode penyampaian informasi sekunder, seperti Media Bisnis Sumbagsel Indonesia yang menggunakan Instagram sebagai penyalur informasi dan berita.

Media online seperti akun Instagram @bisniscom.sumbagsel tentunya berperan penting sebagai media berimbang bagi publik. Salah satu fungsinya adalah untuk menginformasikan kepada masyarakat tentang berita-berita yang tentunya akan memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan, baik yang sedang terjadi di sekitarnya maupun yang terjadi jauh-jauh hari. Media cetak yang juga mencakup media online ini menyajikan berbagai permasalahan mulai dari berita Ekonomi, *Market*, Finansial, Teknologi, *Lifestyle*, Otomotif, *Entrepreneur*, Kabar24, *Sport*, Bola, Infografik, Foto, *Indeks*, hingga wisata.

Tak dapat dipungkiri, beberapa sektor termasuk pariwisata, sangat mengandalkan kehadiran media untuk menyebarkan informasi. Di kawasan ini, kepiawaian seorang jurnalis atau reporter dalam menyampaikan informasi tentang keindahan alam suatu destinasi menjadi senjata ampuh bagi masyarakat yang hendak berlibur.

Bisnis Indonesia Sumbagsel adalah media yang ikut menyebarkan informasi wisata *ter-update*, namun tidak selalu menyajikan informasi wisata setiap hari karena Bisnis Indonesia pada dasarnya adalah media bisnis dan navigasi yang fokus pada berita bisnis dan bisnis terkini. Pariwisata menjadi bagian dari sajian berita bisnis Sumbagsel Indonesia karena industri pariwisata memberikan dampak yang besar terhadap tingkat perekonomian Indonesia.

Media informasi harus bertanggung jawab atas apa yang disiarkan. Keabsahan pengumpulan data harus dijamin agar tidak menimbulkan persepsi yang salah. Pengumpulan dan pencarian informasi berita wisata di Bisnis Indonesia Sumbagsel dilakukan dengan cara mengambil informasi dari berbagai sumber termasuk media sosial. Selain mengumpulkan informasi dengan cara tersebut, tim Bisnis Indonesia Sumbagsel terjun langsung ke lokasi untuk mengumpulkan informasi dengan mewawancarai narasumber terkait. Meski data sekundernya berasal dari internet, Bisnis Indonesia Sumbagsel menjamin infomasinya sudah teruji otoritasnya karena datanya didapat dari situs resmi.







Gambar 1. Konten video wisata pada Instagram @bisniscom.sumbagsel yang melakukan kunjungan langsung ke tempat wisata.

Setelah wartawan menyelesaikan proses pembuatan dan pengumpulan informasi, informasi berita tersebut harus melalui tahap penyaringan agar berita yang dihasilkan tidak melanggar kode etik jurnalistik dan tata cara berita etis sebelum layak untuk dipublikasikan. Di Bisnis Indonesia Sumbagsel, tahap penyuntingan berita dilakukan oleh tim editor yang bermarkas di kantor pusat Bisnis Indonesia di Jakarta.

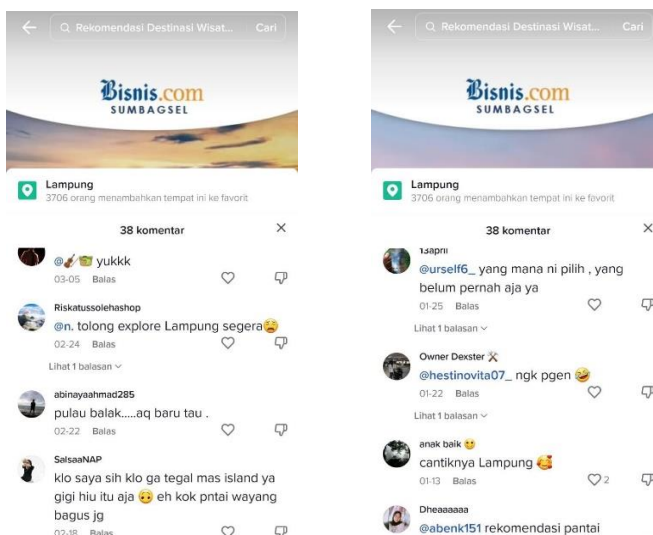
Berdasarkan pernyataan di atas, promosi wisata yang dimuat dalam informasi dan disebarluaskan oleh Bisnis Indonesia Sumbagsel di Instagram adalah yang terkini, *real-time*, dan valid. Mulai dari proses pengumpulan berita hingga *editing* berita untuk menghasilkan berita yang benar-benar terverifikasi.

#### b. Peran wartawan dalam mempromosikan wisata sebagai hiburan

Berdasarkan UU No. Pasal 40 Tahun 1999, Pasal 3 ayat 1 mengatakan: "*Pers nasional berfungsi sebagai alat penerangan, pendidikan, hiburan dan kontrol sosial.*" Pers harus mampu menyampaikan berita yang menyegarkan dan humor dengan imajinasi yang positif, karena itu adalah kebutuhan dasar manusia. Berita yang dapat menghibur adalah berita yang ringan dan tidak membebani pikiran pembacanya, seperti berita *travel* atau wisata.

Berita wisata termasuk berita ringan karena tidak terlalu membebani pembaca. Dengan model berita seperti itu, tak heran jika berita *travel* semakin menggugah minat baca kalangan remaja dan orang tua. Berdasarkan berita yang diproduksi Bisnis Indonesia Sumbagsel, berita wisata lebih menarik perhatian pembaca dibandingkan berita lainnya. Hal itu terlihat di akun Instagram Bisnis Indonesia, pada berita-berita yang ringan seperti informasi wisata cenderung lebih banyak mendapatkan *likes* dan *comments*.

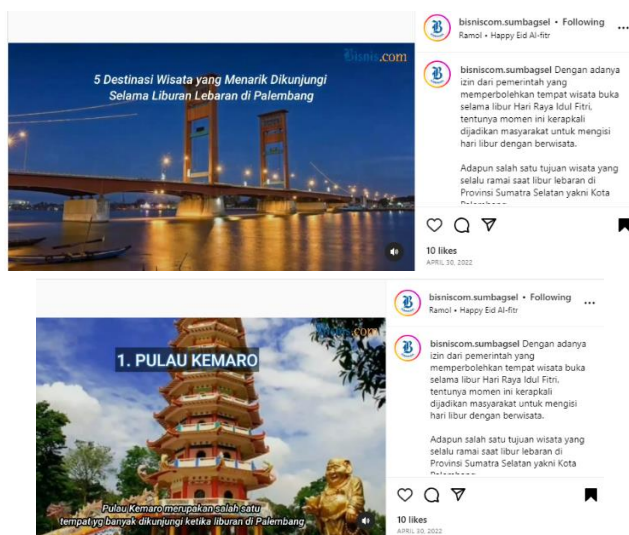
Media sosial Bisnis Indonesia berkembang dengan terus meng-*update* berita dan informasi, meskipun tidak selalu banyak, namun ada segi peningkatan dari konten - konten yang telah dibuat. Misalnya, konten promosi wisata Lampung yang baru dibuat Bisnis Indonesia Sumbagsel di Tiktok baru-baru ini menarik banyak penayangan, komentar, dan suka.



Gambar 8. Konten wisata pada media sosial @bisniscom.sumbagsel yang mendapatkan banyak komentar.

Pers sebagai media hiburan harus menawarkan kesenangan dan relaksasi bagi pembacanya di kala bosan. Namun, hiburan pers tidak boleh melampaui apa yang diperbolehkan. Hiburan yang mendidik dan netral diperbolehkan, tetapi hiburan yang melanggar nilai-nilai agama, moral, hak asasi manusia atau peraturan tidak diperbolehkan. Hiburan yang ditawarkan kepada konsumen harus dikemas secara santai agar penonton dapat membaca dengan lebih santai, kapan saja, di mana saja.

*Travel News* yang disiapkan oleh Bisnis Indonesia Sumbagsel berupa foto dan video *Reels*. *Reels* adalah salah satu fitur Instagram yang memungkinkan untuk mengunggah video berdurasi lebih dari 3 menit. Video berita wisata yang diproduksi oleh Bisnis Indonesia Sumbagsel tidak selalu mengarah pada kunjungan langsung karena pariwisata bukanlah prioritas topik berita Bisnis Indonesia. Biasanya, Bisnis Sumbagsel Indonesia Sumbagsel membuat video berita wisata dengan mengumpulkan informasi dari *website* atau media sosial resmi, namun tetap menyebutkan sumber asalnya. Video yang dibuat dipadukan dengan foto-foto wisata dari berbagai sumber dengan menambahkan *subtitle* sesuai topik yang dibahas. Tetapi gambar tersebut difilter secara valid atau tidaknya.



Gambar 9. Konten video pada media sosial Instagram @Bisniscom.sumbagsel yang berupa

animasi kumpulan foto tempat wisata dengan caption dibawahnya.

Selain format video, berita yang dihasilkan juga harus memperhatikan cara penulisan berita agar menghibur para pembaca. Jika menggunakan bahasa yang terlalu formal akan terkesan kaku. Bahasa semi formal digunakan dalam Bisnis Indonesia Sumbagsel agar lebih santai dan mudah dipahami. Meski Bisnis Indonesia Sumbagsel menggunakan bahasa semi formal, namun tetap mengikuti aturan kaidah penulisan yang berlaku saat ini. Wartawan Bisnis Indonesia Sumbagsel, Husnul Iga Puspita mengklaim jika berita pariwisata disampaikan secara santai agar pemirsa atau pembaca lebih tertarik mengunjungi wisata tersebut, maka bahasa yang digunakan dalam penulisan berita harus disesuaikan.

Uraian di atas menunjukkan bahwa berita yang dimuat oleh Bisnis Indonesia Sumbagsel di Instagram @bisniscom.sumbagsel mampu menghibur para pembacanya dengan memperhatikan tulisan dan setiap konten video maupun berita dalam proses produksinya untuk menghibur para pengakses. Hal ini menunjukkan bahwa media promosi pariwisata Bisnis Indonesia Sumbagsel juga bertujuan untuk hiburan.

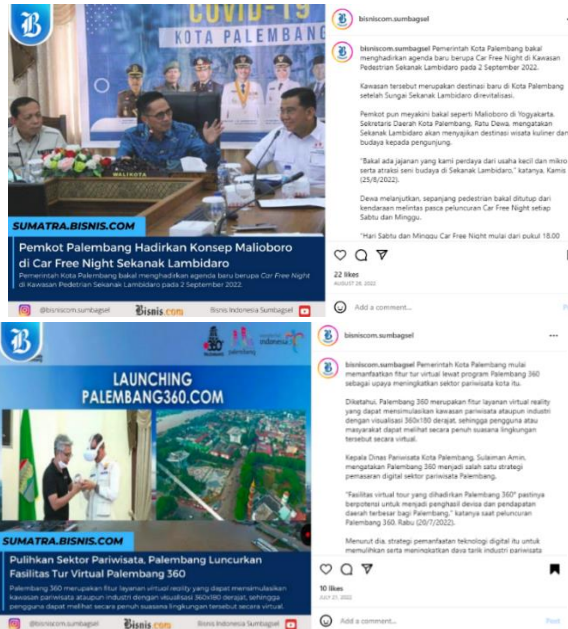
**c. Peran wartawan dalam mempromosikan wisata sebagai pelopor atau pegawai**

Kebutuhan informasi masyarakat Indonesia bukan lagi sekedar kebutuhan sementara, tetapi sudah menjadi kebutuhan yang sangat penting. Informasi terkini atau berbagai peristiwa yang terjadi di tengah masyarakat di suatu daerah tertentu dapat disajikan dan disebarluaskan melalui media secara berkala dalam waktu singkat dan menjangkau khalayak luas. Informasi atau peristiwa yang disebarluaskan ini dapat menjadi bahan perbincangan publik. Oleh karena itu, media memiliki peran strategis, berperan sebagai pelopor atau pemantau kebijakan dan tindakan pemerintah yang merugikan masyarakat. Dan pemerintah biasanya lebih baik dalam mendengarkan publik, sehingga mereka dapat dengan cepat memperbaiki hal-hal yang dikeluhkan oleh data berita.

Dalam pemberitaan wisata khususnya, peran media dapat menginformasikan kepada mata dan telinga masyarakat tentang keadaan pelayanan pariwisata dan tingkat kunjungan wisatawan di setiap daerah. Dengan mengangkat topik terkait wisata di Sumsel, masyarakat bisa melihat apakah pariwisata mengalami peningkatan atau penurunan. Selain itu, dengan memberi tahu mereka tentang kemajuan, mereka dapat memikirkan apa yang harus dilakukan selanjutnya.

Bisnis Indonesia Sumbagsel mencoba menyatukan keinginan pemerintah dan masyarakat untuk memajukan tempat wisata tersebut. Terungkapnya isu wisata mempercepat langkah konkrit pemerintah, agar pemerintah mengetahui bagian mana yang diinginkan masyarakat, atau sebaliknya, apa yang diinginkan pemerintah untuk masyarakat. Hal ini memungkinkan publik untuk mengetahui apa yang terjadi dan untuk mengevaluasi dan bahkan mengkritiknya, memberikan pendapat mereka tentang masalah tersebut kepada pemerintah. Selain itu, melalui pesan ini masyarakat turut membantu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di Sumatera Selatan.





Gambar 10. Konten isu wisata pada Instagram @bisniscom.sumbagsel mengenai upaya pemerintah dalam membuat wisata lokal menjadi lebih menarik dengan peningkatan fasilitas.

Media Bisnis Indonesia Sumbagsel sangat menganjurkan netralitas dan berusaha menengahi antara masyarakat dan pemerintah, bahkan ketika berhadapan dengan isu-isu yang merugikan masyarakat. Bisnis Indonesia mengemas beritanya dengan sangat hati-hati agar tidak saling menyerang. Misalnya, gunakan headline yang tidak clickbait dan dan menulis berita yang berimbang atau tidak memberatkan satu pihak saja.

Dalam konteks pelapor dan pengawasan, media Bisnis Indonesia Sumbagsel dalam menyebarkan beritanya melalui Instagram @bisniscom.sumbagsel bisa dikatakan ikut berperan aktif. Hal ini juga membawa dampak positif bagi masyarakat dengan memberi informasi isu-isu wisata yang sedang merugikan rakyat. Warga akan merasa terbantu dengan adanya berita informasi tersebut dan objek wisata akan mendapatkan perubahan ke arah yang lebih baik.

**d. Peran wartawan dalam mempromosikan wisata sebagai agen pembaharu**

Pers mempunyai peran sebagai alat perubahan sosial dan pembaharuan masyarakat. Akan tetapi, perannya lebih menunjuk pada peran yang “membangun”, untuk memberi informal, mendidik, dan menggerakkan masyarakat berpartisipasi dalam pembangunan. Selain itu, pers juga berperan dalam penyampaian kebijaksanaan. Disamping itu masyarakat juga dapat menggunakan pers sebagai penyalur aspirasi dan pendapat.

Sesuai perannya, Bisnis Indonesia Sumbagsel merupakan salah satu media yang bekerja sebagai agen pembaharu dalam memediasi pemberitaan informasi wisata di Sumatera Selatan. Diharapkan berita promosi wisata Bisnis Indonesia Sumbagsel membawa perubahan yang signifikan dan destinasi wisata semakin terlihat dan kemungkinan meningkat.





Gambar 11. Konten isu wisata terhadap upaya pemerintah dalam peningkatan kunjungan wisatawan.

Husnul Iga Puspita (Wartawan Bisnis Indonesia Sumbagsel) mengatakan, Bisnis Indonesia Sumbagsel ingin memberikan informasi dan edukasi. Berita yang disajikan memungkinkan orang-orang dari semua lapisan masyarakat untuk merenungkan dan mendapatkan wawasan baru tentang topik yang disorot, termasuk wisata.

Media harus mampu menciptakan suasana yang konstruktif. Informasi dapat disebarluaskan kepada masyarakat melalui pers dan media massa. Sehingga pers dapat memperluas dunia gagasan dan membangun simpati. Sebagai media berita, Bisnis Indonesia Sumbagsel selalu berusaha membawa perubahan yang berdampak positif. Misalnya, informasi wisata yang dipublikasikan dapat membangkitkan simpati audiens dengan melihat keindahan konten wisata lokal tertentu. Bisnis Indonesia Sumbagsel dalam Instagramnya menyampaikan ajakan secara tersirat dengan informasi yang pembaca buat sendiri.

Bisnis Indonesia Sumbagsel mencoba mengajak masyarakat untuk melakukan sesuatu yang positif dengan konten beritanya. Seperti yang dijelaskan Yunina Paramitha (Digital Creative Specialist Bisnis Indonesia Sumbagsel), berita yang dihasilkan Bisnis Indonesia Indonesia sedikit banyak berhasil menggerakkan masyarakat, meski tidak berdampak besar. Hal ini bisa dibuktikan dengan melihat komentar-komentar yang mengajak masyarakat untuk mengajak kerabat ataupun teman mereka dalam postingan wisata di salah satu media sosial @bisniscom.sumbagsel.

Meskipun peran media sebagai pembaharu dapat membawa perubahan positif, namun tidak dapat dipungkiri bahwa pembaharu juga dapat berdampak negatif jika menjadi destruktif atau mendorong orang untuk berperilaku negatif, yang dapat merusak tatanan masyarakat. Itulah sebabnya media massa harus mencegah agar tidak terjadi destruktif, yaitu dengan memperhatikan penulisan berita seperti pemilihan diksi yang tepat dapat mencegah salah penafsiran. Ini karena setiap kata memiliki arti yang berbeda. Sebagai jurnalis, kita harus berhati-hati untuk tidak menciptakan persepsi negatif

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa wartawan Bisnis Indonesia Sumbagsel bertindak sebagai agen pembaharu dalam mempromosikan wisata, yaitu dengan memperhatikan cara penyampaian beritanya agar mempengaruhi pikiran pembacanya, namun meminimalisir adanya tindakan destruktif serta berusaha membawa perubahan, baik dari wisata maupun pemikiran para pembacanya.

## 2. Promosi Wisata

Menurut Kotler dan Keller, promosi adalah proses dimana perusahaan berkomunikasi dengan pihak yang berkepentingan sekarang dan di masa depan. Alma menjelaskan bahwa promosi merupakan sarana komunikasi yang menjelaskan dan membujuk calon wisatawan tentang barang dan jasa dengan tujuan untuk menarik perhatian, mencerahkan, mengingatkan dan membujuk calon wisatawan.

Mempromosikan destinasi wisata yang terencana dengan baik meningkatkan pendapatan lokal dan mendorong penggandaan pembangunan ekonomi lokal di sekitar destinasi wisata.

Dalam penelitian yang berjudul Peran Wartawan dalam Mempromosikan Wisata Melalui Bentuk Berita Pada Media Sosial Instagram Instansi Berita Harian Bisnis Indonesia Sumbagsel @Bisnisco.Sumbagsel ini perlu mengetahui bagaimana cara Bisnis Indonesia Sumbagsel dalam mempromosikan berita wisatanya agar dapat menarik para pembaca. Maka dari itu, penulis menggunakan teori tujuan wisata yang dikemukakan oleh Basu Swastha dan Irawan.

### a. Mengetahui

Kegiatan promosi dilakukan untuk menginformasikan pasar sasaran tentang penawaran perusahaan. Sebelum mereka mengetahui produk dan kegunaannya, mereka tidak akan membeli barang atau jasa tersebut. Promosi yang bersifat memberitahu ini juga penting bagi konsumen karena dapat membantu dalam proses pengambilan keputusan.

Pemasaran pariwisata sangat penting bagi organisasi atau perusahaan dalam industri pariwisata untuk mengidentifikasi wisatawan yang menginginkan untuk melakukan perjalanan melalui cara berkomunikasi dengan mereka, mempengaruhi keinginan, kebutuhan dan motivasi mereka. Untuk mencapai semua tujuan tersebut, perlu membawa produk ke pasar sasaran.

Media Bisnis Indonesia Sumbagsel melakukan promosi terhadap postingan beritanya agar dapat dilihat oleh para pengunjung atau *followers* sosial media Instagram. Herdiyan (Ketua Perwakilan Bisnis Indonesia Sumbagsel) menjelaskan bahwa perlu adanya penyebaran berita supaya informasi yang sudah dibuat bisa diakses oleh khalayak. Setelah memposting berita pada media Instagram, Bisnis Indonesia melakukan penyebaran berita melalui *snappgram*. *Snappgram* adalah satu fitur Instagram yang bisa digunakan untuk memposting berbagai foto maupun video disertai dengan link yang mengarah pada suatu *website*. Bisnis Indonesia juga membagikan berita melalui media sosial lain seperti *Story* maupun grup di *Whatsapp* masing-masing jurnalis.

Yunina Paramitha (*Digital Creative Specialist* Bisnis Indonesia Sumbagsel) tidak hanya menggunakan sosial media *sharing* tetapi juga fitur Instagram yaitu *hashtag* sesuai dengan konten yang diunggah. Fitur *hashtag* di Instagram adalah sebuah tag berupa kata yang diawali dengan simbol hash (#), tujuannya adalah untuk memudahkan orang lain menemukan topik terkait.

Sebuah produk tidak terlihat menarik jika tidak mengkomunikasikan manfaatnya. Begitu pula dengan tempat wisata, jika ingin mempromosikan pariwisata, harus menyebutkan keunggulan dari tempat wisata tersebut. Contoh promosi wisata yang dilakukan oleh Bisnis Indonesia Sumbagsel adalah mengumumkan jarak, tidak terlalu jauh dari kota dan mudah dijangkau, biaya masuk murah, melaporkan keunggulan tempat wisata dan potensi daerah, seperti kekayaan sumber daya alamnya dan menyebutkan tujuan wisata sesuai dengan konteks wisatanya, misalnya wisata air atau wisata darat. Namun, dengan menyebutkan keunggulan tersebut, tidak mengurangi atau menambah yang tidak aktual. Bisnis Indonesia Sumbagsel mengutamakan opini dari sisi objektif yang dapat langsung dirasakan oleh para pembacanya.



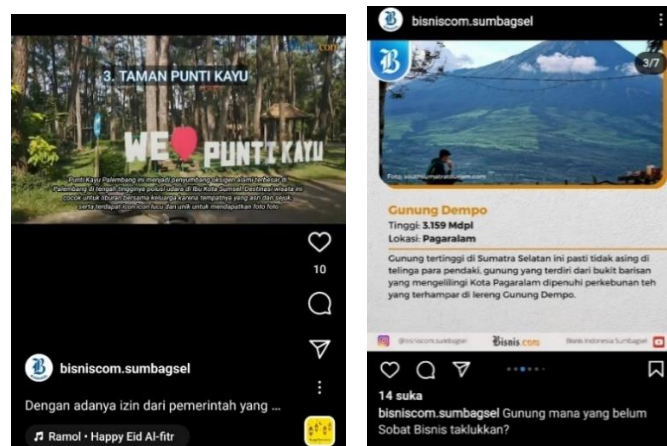
Gambar 12. Konten wisata pada Instagram @bisniscom.sumbagsel yang menjelaskan informasi tambahan mengenai tempat wisata tersebut.

Dari sini dapat disimpulkan bahwa mempromosikan wisata untuk tujuan informasi sangat efektif bagi Harian Bisnis Indonesia Sumbagsel untuk memasarkan berita yang mereka terbitkan di Instagram @bisniscom.sumbagsel. Pada dasarnya, target tidak akan tertarik jika tidak diperkenalkan dengan produk yang kita pasarkan.

### b. Membujuk

Promosi merupakan hal mendasar bagi perusahaan ketika memasarkan produk atau jasa mereka dengan tujuan menginformasikan, menyajikan, menarik dan membujuk pembeli atau calon konsumen untuk membeli barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Promosi yang menarik harus bersifat mendorong atau membujuk pembelian. Beberapa perusahaan tidak ingin bereaksi dengan cepat, mereka ingin memberikan kesan yang positif. Hal ini tentu akan berpengaruh pada target ketika mengambil keputusan.

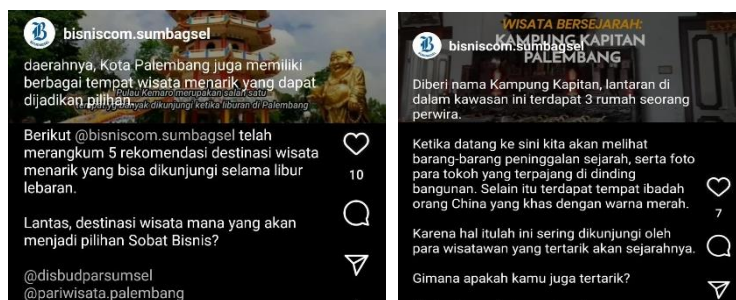
Bisnis Indonesia Sumbagsel mempromosikan wisata sebagai hiburan dan juga ingin menarik pengunjung. Dalam hal ini, promosi wisata harus membangkitkan minat target dalam pemberitaan yang dibuat serta menghasilkan berita informasi wisata yang memikat pembaca untuk berkunjung dengan menyebutkan keunggulan tempat wisatanya. Misalnya pada konten jelajah di wilayah Sumatera Selatan, Bisnis Indonesia Sumbagsel akan memberikan informasi tambahan mengenai daerah setempat. Sebagai contoh, daerah Banyuasin yang merupakan penghasil beras terbesar di Sumsel atau Lahat dan Pagaralam yang merupakan penghasil kopi terbesar di Sumsel. Sehingga pembaca tidak hanya dapat menilai hakikat destinasi wisata menurut daya tarik wisatanya, tetapi juga mengetahui kekayaan daerahnya, sehingga masyarakat tertarik untuk berkunjung dan juga membeli hasil kekayaan alam yang dihasilkan.



Gambar 13. Konten wisata pada Instagram @bisniscom.sumbagsel yang menyebutkan kekayaan Sumber3Daya Alamnya.

Bisnis Indonesia Sumbagsel, mengemas berita promosi wisata dengan gaya penulisan persuasif yang semenarik mungkin untuk membujuk calon wisatawan. Misalnya, jika berita itu berupa video, maka video itu dibuat dengan pemandangan wisata yang memperlihatkan keindahannya, serta penggunaan frasa yang bersifat efektif atau mengundang. Dalam postingan berita wisata di Instagram @bisniscom.sumbagsel, terdapat kalimat yang menyatakan seruan atau ajakan untuk orang lain agar berkunjung ke tempat wisata tersebut pada bagian akhir dari caption. Caption adalah sebutan untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan dalam postingan foto. Sebagai contoh, dalam postingan promosi wisata menjelaskan mengenai tarif wisata yang murah, harga makanan disekitarnya, yang biasanya dituliskan seperti "Lantas, destinasi wisata mana yang akan menjadi pilihan sobat bisnis?" "Gimana, apakah kamu juga tertarik?"

Berdasarkan pemaparan konteks promosi bersifat membujuk di atas, Bisnis Indonesia Sumbagsel menerapkan strategi promosi membujuk untuk mempromosikan wisata di Instagram @Bisniscom.sumbagsel. Hal ini memungkinkan Bisnis Indonesia untuk menyampaikan berita-berita informatif yang menarik kepada para pembacanya.



Gambar 14. Konten wisata pada Instagram @bisniscom.sumbagsel yang menyatakan seruan atau ajakan pada akhir *caption*.

## SIMPULAN

Wartawan cukup berperan dalam mempromosikan wisata melalui bentuk berita. Hal ini dibuktikan dalam keterlibatan wartawan Bisnis Indonesia Sumbagsel dalam penyebaran informasi wisata melalui berita yang mereka publikasikan di Instagram. Dimana dalam hal ini, keahlian seorang jurnalis atau wartawan dalam menyampaikan informasi mengenai keindahan alam suatu destinasi wisata menjadi senjata ampuh bagi masyarakat yang hendak plesiran. Mempromosikan wisata juga termasuk ke dalam peran wartawan sebagai pemberi informasi, pemberi hiburan, agen pembaharu, dan sebagai pengawasan.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai peran wartawan dalam mempromosikan wisata melalui bentuk berita pada media sosial Instagram @bisniscom.sumbagsel, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa: keberadaan berita online @bisniscom.sumbagsel sebagai salah satu sumber informasi, dapat menambah pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai referensi destinasi wisata bagi para masyarakat yang ingin liburan. Tidak hanya itu, tetapi juga sebagai media hiburan dengan video jelajah wisata yang disebar. Media online @bisniscom.sumbagsel memiliki peran penting sebagai pelapor atau pengawasan bagi khalayak ramai dalam mengkontruksi realitas kehidupan dan mengembangkan seluruh wisata lokal yang ada di Sumatera Selatan menuju ke arah yang lebih baik. Keberadaan wartawan media online @bisniscom.sumbagsel telah mampu menjalani perannya sebagai media dan seorang wartawan yang terintegritas dalam usaha membantu pemerintah untuk meningkatkan kunjungan wisata.

Seorang wartawan dapat mempromosikan informasi wisata melalui cara pembuatannya. Metode yang digunakan oleh Bisnis Indonesia Sumbagsel yaitu dengan memberitahu dan membujuk. Dengan cara memberitahu kelebihan-kelebihan tempat wisata dalam penyampaian berita, akan membuat masyarakat lebih tertarik untuk berkunjung. Membujuk juga termasuk cara wartawan menarik para pengunjung berita melalui cara pengemasan berita wisata yang tidak hanya informatif melainkan juga tidak membosankan dan menarik dilihat, misalnya pengeditan video berita wisata, dan menyatakan kalimat persuasif atau ajakan pada *caption* berita.



## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku**

- Al-Quran Terjemahan. (2015). Departemen Agama RI. Bandung: CV Darus. Sunnah. Abdullah, Amin. 2000
- Br.Ginting, L. S. (2020). *Kemahiran Berbahasa Produktif*. Bogor: Guepedia.
- Dewanpers, J. (2016). Indonesia Menyongsong Jakarta World Forum for Media Development 2016. Edisi 12.
- Haenlein, A. K. (2010). *User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media*. Business Horizons.
- Irawan, B. S. (1983). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Josua, R. S. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia* . (2007). Jakarta: Balai Pustaka.
- Kusumaningrat, H. (2005). *Jurnalistik Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

### **Jurnal / Skripsi**

- Antoni, I. (2021). Peran Jurnalisme Warga (Citizen Journalism) Dalam Memberikan Informasi Peristiwa Covid-19 di Akun Media Sosial Instagram Sumsel Recheh. Palembang: UIN Raden Fatah.
- Asmaradewi, Y. (2019). Peran instagram sebagai media promosi dalam meningkatkan jumlah pengunjung kafe mas biro. Semarang: Universitas Semarang Fakultas Ekonomi.
- Ginting, L. S. (2020). *Kemahiran Berbahasa Produktif*. Guepedia.
- Haroni, N., & Sukirno, Z. L. (2018). Jurnalisme Online Sebagai Komunikasi Pariwisata. *Journal of Tourism and Creativity*, Universitas Jember, Vol.2 No.1, 69-83.
- Irfandani, M. T. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Pengelola Wisata Alam Posong Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Nugraha, A. R., Perbawasari, S., & Zubair, F. (2020). Pemanfaatan Pemberitaan di Media Televisi dalam Promosi Potensi Objek Wisata Di Era Konvergensi Media. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, Universitas Padjajaran, Vol.24 No.2, 123-138.
- Nuraeni, R., & Sugandi, M. S. (2017). Peran Media Sosial dalam Tugas Jurnalistik (Studi Kasus pada Kegiatan Jurnalis Kota Bandung). *JURNAL LISKI* Vol. 3. No. 1, 43-58.
- Prakoso, B. (2022). Peran Media Online Detik.com Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Di Kalangan Mahasiswa Jurnalistik Angkatan Tahun 2018 UIN Raden Fatah Palembang. Palembang: UIN Raden Fatah.
- Saputri, N. (2022). Peran Jurnalis Televisi TVRI Sumatera Selatan Terhadap Penerapan Mobile Journalism (MOJO) Sebagai Media Peliputan Berita. Palembang: UIN Raden Fatah Palembang.

### **Website**

- Adh100. (2022, September 23). *WTD 2022 Peluang Indonesia Jadi Lokomotif Pemulihan Pariwisata Global*. Retrieved from Kominfo: <https://www.kominfo.go.id/content/detail/44511/wtd-2022-peluang-indonesia-jadi-lokomotif-pemulihan-pariwisata-global/0/berita> (Diakses pada 22 November 2022)
- Aniq, M. (2022, November 18). *Promosi Pariwisata Kota Jepara Melalui Instagram*. Retrieved from Kompasiana. (Diakses pada 18 November 2022)
- Apriani, D. (2022, Maret 4). *Kota Palembang Targetkan Kunjungan 1,5 Juta Wisatawan Pada 2022*. Retrieved from MediaIndonesia: <https://mediaindonesia.com/nusantara/475686/kota-palembang-targetkan-kunjungan-15-juta-wisatawan-pada-2022> (Diakses pada 22 November 2022)
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Jumlah Sektor Pariwisata (Milliar US\$), 2019-2021*. Retrieved from

<https://www.bps.go.id/indicator/16/1160/1/jumlah-devisa-sektor-pariwisata.html> (Diakses pada 22 November 2022)

Rizaty, M. A. (2022, Agustus 3). *Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat di Dunia*. Retrieved from DataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-instagram-indonesia-terbesar-keempat-di-dunia> (Diakses pada 26 Agustus 2022)