

Peran Pemuda dalam Pengembangan Wisata Pantai Lowita di Kabupaten Pinrang, Kasus: Pemanfaatan Media Sosial

Bulan Suci Ramadhani

Universitas Pohnpei

e-mail: bulansuciramadhani02@gmail.com

ABSTRAK

Pemuda adalah penggerak terwujudnya kepariwisataan yang berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) peran pemuda dalam pengembangan wisata Pantai Lowita, dan (2) upaya penggunaan media sosial sebagai ruang publikasi pemuda dalam mengembangkan wisata Pantai Lowita. Penelitian dilaksanakan di desa Tasi'Walie, Kecamatan Suppa, Kabupaten Pinrang. Teknik pengambilan sampel melalui *Purposive Sampling* dan *Snowballing* sedangkan metode analisis yang digunakan adalah metode penelitian Deskriptif Kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi langsung di wisata Pantai Lowita, desa Tasi'Walie serta wawancara dengan kepala desa, ketua PokDarwis, penggerak pemuda, pemuda, tokoh masyarakat, pengelola villa, staf Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Pinrang, Peneliti dan Pelaksana Program Pengembangan Kawasan Lowita dan Pinrang *Shrimp Eco-Farming Park*, dan wisatawan serta menggunakan studi dokumen dan studi pustaka untuk mendapatkan data yang dibutuhkan kemudian dilakukan analisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Peran pemuda desa dalam upaya pengembangan wisata pantai adalah berpartisipasi membersihkan pantai, konservasi dan rehabilitasi mangrove, memanfaatkan limbah laut untuk dibuat kerajinan, memanfaatkan potensi wisata sebagai peluang bisnis dengan membuat kafe dan kaos wisata, ikut terlibat dalam kegiatan pemberdayaan/pelatihan pembuatan souvenir dan berbagai olahan makanan, serta melakukan upaya promosi (2) Pemuda desa aktif melakukan upaya publikasi untuk mempromosikan wisata Pantai Lowita melalui unggahan foto ataupun video ke media sosial.

Kata Kunci :

Media Sosial, Pantai Lowita, Pengembangan Wisata, Peran Pemuda

ABSTRACT

Youth is the mobilizer of the realization of sustainable tourism. The aims of the research is determine (1) the role of youth in the development of Lowita Beach tourism, and (2) the efforts to use social media as youth publication rooms in development of Lowita Beach tourism. This research was conducted in Tasi'Walie Village, Suppa District, Pinrang Regency. The sample was selected using Purposive Sampling and Snowballing Technique. The data were obtained through direct observation in Lowita Beach Tourism, Tasi'Walie Village, interview to village head, PokDarwis head, youth mobilizers, youth, community leaders, villa manager, the staff Tourism Service, Youth, and Sport of Pinrang Regency, researchers and implementer of Lowita Area Development Program Pinrang Shrimp Eco-Farming Park and tourists, documentation study, and library study. The data were analysed using Descriptive Qualitative Method. The results of the research indicated that 1) the roles of village youth in the effort to beach tourism development are to participate in keeping the beach clean, to conserve and rehabilitate mangrove, to make use of sea waste to make crafts, to make use of tourism potential as a business opportunity by building tourism cafe and tourist shirts, to participate in empowerment/training activities to make souvenirs and various types of processed foods, and to make promotional efforts, and (2) village youth are active to make publication efforts to promote Lowita Beach tourism through uploading photos or videos to social media.

Keywords :

Beach Tourism Development, Lowita Beach, Social Media, Youth's role

A. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor ekonomi potensial yang memiliki peranan dalam membangun ekonomi dan berkontribusi secara langsung bagi kemajuan suatu bangsa. Sektor pariwisata adalah sektor penting dalam upaya peningkatan devisa Negara dan penerimaan pendapatan asli daerah yang berimplikasi pada kesejahteraan masyarakat.

Indonesia adalah Negara kaya yang memiliki potensi pariwisata yang berlimpah, yang tentu tidak dapat dikelola dan dikembangkan hanya oleh pemerintah maupun unsur formal lainnya karena terbatasnya sumber daya yang ada. Keterbatasan tersebut dapat diminimalisir dengan melibatkan pemuda yang merupakan aset dan generasi penerus serta ujung tombak perubahan bangsa dalam usaha pengembangan kepariwisataan.

Perubahan teknologi menuju era digital membentuk gaya hidup baru bagi masyarakat. Kehadiran teknologi menjadi salah satu faktor pendorong bergesernya cara berkomunikasi dan bertukar informasi antar individu. Keterkaitan antara kehadiran teknologi dengan kepariwisataan adalah pengembangan destinasi pariwisata. Salah satu upaya pengembangan destinasi pariwisata yaitu pempublikasian atau promosi ke media sosial.

Teknologi digital dan media sosial memiliki kontribusi dalam industri pariwisata. Media sosial dibutuhkan untuk keperluan promosi dan pemasaran (Zivkovic *et al.*, 2014). Media sosial merupakan aplikasi teknologi informasi yang mampu menjembatani interaksi dan kolaborasi yang bersifat terbuka dan demokratis. Bahkan media sosial ini memiliki karakteristik mudah diakses serta murah. Selain itu, media sosial juga memiliki kemampuan untuk menyediakan ruang bertemu dan menyebarkan informasi secara luas kepada masyarakat. Kapabilitas ini dianggap selaras dengan kebutuhan bisnis bagi industri pariwisata (Buted *et al.*, 2014).

Kemunculan media sosial sebagai salah satu *New Media* telah membawa perubahan penting pada dunia pariwisata. Media sosial menawarkan pengalaman yang berbeda bagi wisatawan dalam mendapatkan informasi mengenai produk dan jasa dalam pariwisata (Rukmiati & Suastini, 2016). Media sosial memiliki kekuatan untuk mempengaruhi keputusan akhir wisatawan dalam menentukan destinasi (Madondo, 2016).

Terdapat 80 persen media sosial mampu merubah perilaku seseorang dalam menentukan pilihan obyek wisata, wisatawan akan mencari lebih banyak informasi wisata melalui media sosial (Dina & Sabou, 2012). Media sosial dapat digunakan untuk koordinasi antara pemangku kepentingan serta promosi desa wisata secara intensif kepada wisatawan (Wijaya, 2016).

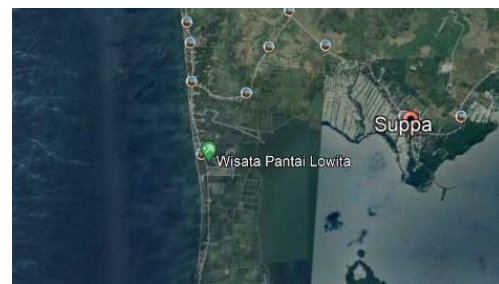
Media sosial merupakan aplikasi teknologi informasi yang mudah diakses, fleksibel dan interaktif. Keberadaan media sosial telah menggeser peran media konvensional yang efektivitasnya sulit diprediksi, tidak interaktif dan berbiaya tinggi. Mengakses informasi ke media sosial sangatlah mudah, cukup dengan menggunakan fitur hastag dan kata kunci maka dalam waktu beberapa detik informasi yang diinginkan akan muncul pada tampilan *smartphone*, gadget atau komputer Anda. Publikasi atau promosi potensi pariwisata pada media sosial adalah dengan mengunggah foto ataupun video. Unggahan tersebut sebagai media sekaligus informasi kepada masyarakat atau calon wisatawan untuk mengetahui gambaran suatu objek wisata. Studi menunjukkan bahwa *awareness* dari wisatawan akan daerah tujuan wisata dipengaruhi oleh informasi yang diunggah melalui media sosial. Kepercayaan wisatawan akan informasi dalam media sosial memberikan pengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk mengunjungi objek wisata tersebut (Khotimah, 2017).

Pantai Lowita adalah salah satu destinasi wisata baru yang diresmikan pemerintah daerah pada tahun 2015 yang berada di Tasi'Walie, Suppa, Kabupaten Pinrang, Sulawesi Selatan. Akses yang mudah, pesona laut yang indah, lingkungan yang bersih, pasir pantai yang putih, kondisi yang masih alami juga sarana dan prasarana yang cukup memadai menjadi daya tarik yang dimiliki oleh wisata Pantai Lowita. Pada waktu yang sama, tahun 2015 Pantai Lowita terpilih menjadi destinasi wisata terbaru terbaik se-Sulawesi Selatan. Berangkat dari potensi Wisata Pantai Lowita yang kehadirannya tergolong baru, juga dengan sosial media sebagai media promosi untuk memperkenalkan dan meningkatkan angka wisatawan serta pemuda sebagai bagian dari masyarakat lokal yang memiliki andil dalam pengembangan pariwisata melatarbelakangi penulis untuk melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui peran pemuda dalam mengembangkan Wisata Pantai Lowita dan penggunaan media sosial oleh pemuda dalam mempromosikan wisata Pantai Lowita.

B. METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di desa Tasi'Walie, Kecamatan Suppa, Kabupaten Pinrang. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang pelaksanaannya terjadi terjadi secara alamiah, apa adanya, dalam situasi normal yang tidak dimanipulasi keadaan dan menekankan pada deskripsi secara alami atau dari keadaan sewajarnya atau pengambilan data secara natural (Arikunto, 2014).



Gambar 1. Peta Desa Tasi'Walie (hasil analisis, 2018)

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel melalui *Purposive Sampling* dan *Snowballing*. *Purposive Sampling* adalah sampel yang dipilih oleh peneliti secara lebih cermat hingga relevan dengan desain dan tujuan penelitian. Berdasarkan hal tersebut peneliti memilih informan yang mengetahui informasi secara mendalam untuk menjadi sumber data. Selain itu, penggunaan *Snowballing Sampling* bertujuan untuk memanfaatkan informan-informan kunci untuk mengantarkan peneliti pada anggota kelompok atau orang yang distudi jika dalam pelaksanaannya ditemukan kesulitan mengenai siapa yang harus diteliti (Nasution, 2014).

Adapun sampel yang sesuai dengan kriteria diatas yaitu kepala desa, ketua PokDarwis, penggerak pemuda, pemuda, tokoh masyarakat, pengelola villa, staf Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Pinrang, Peneliti dan Pelaksana Program Pengembangan Kawasan Lowita dan Pinrang *Shrimp Eco-Farming Park*, dan wisatawan.

Metode Pengumpulan Data

Pertama, Observasi langsung ke Pantai Lowita desa Tasi'Walie. Kedua, wawancara atau tanya jawab dengan responden yang telah dipilih menggunakan interview guide (panduan wawancara). Pedoman atau panduan yang dimaksud berisi sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang meminta untuk dijawab atau direspon oleh informan (Nazir, 2005). Ketiga, Studi pustaka yaitu mencari informasi tambahan dari buku-buku dan laporan lainnya terkait dengan masalah yang diteliti. Kemudian yang terakhir yaitu dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan mencari sumber data berupa dokumen dan arsip yang berhubungan dengan topik penulisan (Sugiyono, 2012).

Analisis Data

Analisis data dibagi dalam tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan. Ketiga alur tersebut yaitu reduksi data, penyajian data, dan mengambil kesimpulan atas data-data tersebut (Patilima, 2013).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Lokasi Penelitian

Kabupaten Pinrang merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Sulawesi Selatan yang terletak kira-kira 185 km di sebelah Utara Kota Makassar (Ibukota Provinsi Sulawesi Selatan). Secara astronomis, kabupaten Pinrang terletak antara 3019'-4 010' Lintang Selatan dan 1190 26'- 119047' Bujur Timur. Wilayah kabupaten seluas 1.961,77 km² atau sekitar 3,1 persen luas wilayah daratan Sulawesi Selatan. Sementara lokasi desa Tasi'Walie, Kecamatan Suppa terletak pada jarak 5 km dari ibukota Kecamatan Suppa sedangkan dari pusat Kota Pinrang berjarak 28 km sementara luas wilayahnya yaitu 423,7 ha/m². Secara administratif desa Tasi'Walie mempunyai batas-batas wilayah yaitu sebelah utara berbatasan dengan desa Lotang Salo Kecamatan Suppa, sebelah Selatan berbatasan dengan desa Wiring Tasi' Kecamatan Suppa, sebelah Timur berbatasan dengan desa Maritengngae Kecamatan Suppa dan sebelah Barat berbatasan dengan Selat Makassar.

Deskripsi Wisata Pantai Lowita

Lowita adalah singkatan dari tiga nama desa di Kecamatan Suppa yaitu desa Lotang Salo', desa Wiring Tasi' dan desa Tasi'Walie. Ketiga desa tersebut merupakan desa yang terletak di pesisir pantai selat Makassar. Kata "Lowita" dalam dialek bahasa bugis, mengandung makna "Melihat". Makna ini memberikan gambaran bahwa ada objek wisata pantai

menarik yang bisa dilihat di desa tersebut. Wisata Pantai Lowita mulai diresmikan oleh pemerintah daerah pada tanggal 28 Oktober 2015 bertepatan dengan peringatan hari Sumpah Pemuda.

Suatu objek wisata atau destinasi harus meliputi 5 (lima) unsur penting agar wisatawan dapat merasa puas dalam menikmati perjalanannya. Unsur tersebut berdasar atas atraksi, fasilitas, infrastruktur, transportasi, dan hospitality (keramahtamahan). Ketika kelima komponen ini dimiliki oleh DTW (daerah tujuan wisata) maka tentu akan meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung sehingga berpengaruh terhadap angka kunjungan wisatawan.

1. Atraksi, Pantai Lowita memiliki keindahan alam yang memukau, pasir pantai putih, pesona lautindah, suasana sejuk karena banyak tumbuh pohon kelapa, lingkungan yang bersih, pesona sunset kala senja, juga kebudayaan sebagai bagian dari kearifan lokal menjadi atraksi menarik yang dimiliki Pantai Lowita.
2. Fasilitas, merupakan sarana penunjang untuk memenuhi kebutuhan wisatawan diantaranya akomodasi penginapan, restoran, air bersih, komunikasi, hiburan dan keamanan. Untuk akomodasi penginapan, pengelola menawarkan sistem booking atau reservasi dengan menghubungi nomor kontak yang tersedia. Ketersediaan restoran, air bersih, dan komunikasi dalam hal ini cukup memadai sementara untuk hiburan, beberapa pengelola menyediakan fasilitas *rope walking*, ayunan dan *flying fox* yang dapat dinikmati pengunjung. Selain itu, terdapat pula spot-spot unik berupa desain interior dari limbah laut yang tentu dapat digunakan untuk ber-selfie.
3. Infrastruktur, diantaranya jalan raya. Kondisi ruas jalan masih banyak yang mengalami kerusakan, masih banyak lubang-lubang besar yang belum diperbaiki dan membutuhkan perhatian pemerintah maupun masyarakat setempat.
4. Transportasi, berkenaan dengan tingkat kemudahan seorang wisatawan mencapai suatu objek wisata. Akses transportasi menuju Pantai Lowita tergolong mudah, wisatawan dapat menggunakan jasa angkutan mobil sewa atau ojek pangkalan meskipun sebenarnya menggunakan kendaraan pribadi sedikit lebih menyenangkan dan hemat biaya.
5. *Hospitality* (Keramahtamahan) merupakan aspek yang diharapkan dapat memberikan rasa aman dan nyaman bagi wisatawan di lingkungan lokasi wisata. Aspek tersebut menjadi bagian dari Aksi Sapt Pesona yang wujud kepedulian yang dilakukan oleh masyarakat dan berbagai pihak demi menciptakan kondisi yang aman dan lingkungan yang ramah bagi pengunjung/wisatawan sekaligus sebagai aksi pelestarian potensi wisata.

Peran Pemuda dalam Mengembangkan Wisata Pantai Lowita

Fokus pertama pada penelitian ini adalah mengenai peran pemuda. Peran yang dimaksud berupa kegiatan, partisipasi, aktivitas yang berkaitan dengan pengembangan kepariwisataan, termasuk kegiatan pelestarian kekhasan potensi wisata juga pemanfaatan potensi sektoral dan lintas wilayah di Pantai Lowita.

Berdasarkan data yang dikumpulkan diketahui bahwa partisipasi pemuda desa Tasi'Walie adalah sebagai berikut;

Tabel 1. Peran pemuda dalam upaya pengembangan Wisata Pantai Lowita (Hasil analisis, 2018)

Peran Pemuda	
1. Berpartisipasi membersihkan pantai	
2. Konservasi dan rehabilitasi mangrove	
3. Memanfaatkan limbah laut	
4. Peluang bisnis	
5. Terlibat dalam berbagai kegiatan pemberdayaan atau pelatihan pembuatan souvenir dan berbagai olahan makanan	
6. Upaya promosi	

Berpartisipasi membersihkan pantai merupakan bagian dari Aksi Sapta Pesona yang diungkapkan oleh responden. Sapta Pesona adalah jabaran konsep sadar wisata yang terkait dengan dukungan dan peran masyarakat sebagai tuan rumah dalam upaya untuk menciptakan lingkungan dan suasana kondusif yang mampu mendorong tumbuh dan kembangnya industry pariwisata melalui perwujudan unsur aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah, dan unsur kenangan (Rahim, 2012).	telah ikut berpartisipasi pada beberapa unsur tersebut, diantaranya;
Aksi konservasi dan rehabilitasi Mangrove merupakan wujud kepedulian terhadap ekosistem pantai. Aksi nyata menanam dan merehabilitasi mangrove tidak hanya memberi dampak positif terhadap alam namun juga memberi kontribusi yang signifikan dalam memajukan perekonomian masyarakat.	1. Daya tarik wisata (<i>Attraction</i>), partisipasi pemuda yang aktif membersihkan pantai, konservasi dan rehabilitasi mangrove, menunjukkan bahwa pemuda desa peduli lingkungan dengan tetap menjaga daya Tarik wisata Pantai Lowita.
Hal lain yang dilakukan pemuda yaitu memanfaatkan limbah laut. Limbah laut menumpuk utamanya pada musim angin barat yaitu kisaran bulan November-Februari. Beberapa pemuda memanfaatkan limbah laut menjadi karya seni unik dan memiliki nilai tinggi. Diantaranya dibuat menjadi gazebo hingga desain interior bertemakan limbah laut termasuk patung hewan dapat ditemukan di Wisata Pantai Lowita.	2. Fasilitas umum (<i>Ancillary Service</i>), bentuk peran pemuda dalam hal ini yaitu memanfaatkan limbah laut dengan membuat berbagai kerajinan termasuk Gazebo berwarna dan berbagai spot-spot menarik berasal dari limbah laut untuk dijadikan tempat berfoto atau <i>selfie</i> .
Selain itu, pemuda desa ikut terlibat dalam kegiatan pemberdayaan/pelatihan pembuatan souvenir dan berbagai olahan makanan diantaranya ikan asap, pembuatan kerupuk, amplang, abon ikan, budidaya rumput laut dan pembuatan kerajinan tangan (<i>hand made</i>).	3. Keramahmatan (<i>Hospitality</i>), pemuda desa terlibat dalam berbagai pelatihan/pemberdayaan yaitu Aksi Sapta Pesona dimana pemuda desa dilatih untuk menciptakan kondisi lingkungan yang mencerminkan suasana akrab, terbuka sehingga memunculkan perasaan yang nyaman bagi wisatawan yang berkunjung.

Upaya Penggunaan Media Sosial oleh Pemuda desa Tasi'Walie dalam Mempromosikan Wisata Pantai Lowita

Media sosial dalam kaitannya dengan industri pariwisata yaitu sebagai media promosi. Media sosial dianggap mampu menjadi kebutuhan bisnis dalam mempromosikan produk-produk pariwisata kepada calon wisatawan yang akan berkunjung ke suatu lokasi wisata. Media sosial memiliki kekuatan untuk mempengaruhi keputusan akhir wisatawan dalam menentukan destinasi.

Tujuan kedua dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui upaya penggunaan media sosial sebagai ruang publikasi pemuda dalam mengembangkan wisata Pantai Lowita. Adapun unggahan yang dimaksud dapat berupa foto ataupun video yang diunggah di media sosial mengenai potensi-potensi wisata yang dimiliki oleh Pantai Lowita sehingga

Berdasarkan data dan uraian diatas, jika ditinjau berdasarkan unsur-unsur pariwisata (Khotimah, 2017) berupa daya tarik wisata (*Attraction*), aksesibilitas (*Accessibility*), fasilitas umum (*Ancillary Service*) dan keramahmatan (*Hospitality*), maka dapat dikatakan bahwa pemuda

menjadi daya tarik bagi calon wisatawan yang akan berkunjung ataupun yang masih sedang mencari referensi tentang destinasi yang menarik untuk dikunjungi.

Berikut tabel mengenai upaya pemuda desa dalam mempromosikan Wisata Pantai Lowita melalui media sosial. Data yang disajikan berasal dari informan yang diwawancara.

Tabel 2. Upaya promosi di media sosial oleh pemuda desa Tasi'Walie (Hasil analisis peneliti, 2018)

Media sosial	Status
Facebook	Aktif
Instagram	Aktif
Whatsapp	Aktif
Path	Tidak aktif
Twitter	Tidak aktif
Youtube	Aktif

Tabel tersebut menunjukkan bahwa pemuda desa sejauh ini melakukan upaya promosi dengan mengunggah foto ataupun video di media sosial Facebook, Instagram, Youtube, dan Whatsapp mengenai potensi wisata yang dimiliki oleh Pantai Lowita. Namun, pada pengelolaan akunnya belum terpusat dikarenakan tidak adanya akun khusus yang dibuat langsung oleh pemuda dan kelompok pemuda untuk mempromosikan wisata Pantai Lowita. Unggahan yang dilakukan hanya melalui media sosial pribadi yang dimiliki oleh pemuda. Upaya publikasian Pantai Lowita ke media sosial melalui akun khusus sebenarnya sangatlah penting agar lebih terpusat. Namun, yang menjadi kendala adalah kepemilikan pantai Lowita yang dikelola oleh swasta menjadikan akun khusus yang peneliti maksudkan tidak tersedia.

Media sosial kini menjadi tren baru yang populer dikalangan anak muda. Pertukaran informasi kini mengalami pergeseran, tidak harus bertemu dan bertatap muka, cukup menggunakan media sosial maka komunikasi dapat terjalin. (Fotis, 2015) Media sosial merupakan sumber informasi berbasis online yang memfasilitasi seseorang untuk berbagi ide, pengalaman juga pendapat dengan orang lain.

Pemanfaatan media sosial sebagai ruang publikasi menjadi satu hal yang perlu diperhitungkan. (Atiko dkk., 2016) cara penggunaan yang mudah dan tidak memerlukan biaya yang besar, dengan menekankan pada bentuk visual atau gambar, adanya fitur hastag yang mempermudah pencarian, dan jumlah pengguna yang cepat meningkat, instagram dapat dijadikan strategi marketing yang jitu. Media sosial memiliki kekuatan untuk mempengaruhi keputusan akhir wisatawan dalam menentukan

destinasi (Madondo, 2016). Terdapat 80 persen media sosial mampu merubah perilaku seseorang dalam menentukan pilihan obyek wisata, wisatawan akan mencari lebih banyak informasi wisata melalui media sosial (Dina & Sabou, 2012). Media sosial dapat digunakan untuk koordinasi antara pemangku kepentingan serta promosi desa wisata secara intensif kepada wisatawan (Wijaya, 2016).

Untuk mengukur seberapa optimal partisipasi pemuda dalam mempublikasikan potensi Wisata Pantai Lowita melalui media sosial, maka peneliti melakukan wawancara kepada beberapa wisatawan yang berkunjung ke Pantai Lowita untuk mengetahui darimana mereka tahu keberadaan Pantai Lowita, apakah melalui media sosial atau yang lain. Perilaku konsumen terdiri atas tiga perspektif yaitu perspektif pengambilan keputusan, perspektif eksperiensial (pengalaman) serta perspektif pengaruh perilaku. Ketiga perspektif ini sangat mempengaruhi cara berpikir dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Perspektif pengambilan keputusan mengasumsikan bahwa konsumen memiliki masalah dan melakukan proses pengambilan keputusan rasional untuk memecahkan masalah tersebut. Perspektif eksperiensial mengemukakan bahwa konsumen seringkali membeli suatu produk karena alasan emosi yang dimiliki bukan berdasarkan proses keputusan rasional, sedangkan perspektif pengaruh perilaku menyatakan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor luar seperti program pemasaran yang dilakukan oleh produsen, faktor budaya, ekonomi, undang-undang serta pengaruh lingkungan (Rukmiyati & Suastini, 2016).

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan diketahui bahwa wisatawan yang berkunjung mengetahui informasi tentang Pantai Lowita melalui teman dan media sosial. Hal tersebut sesuai dengan perspektif pengaruh perilaku yaitu pengunjung datang ke Wisata Pantai Lowita karena dipengaruhi oleh faktor luar seperti promosi. Namun demikian dalam hal ini peneliti tidak bisa memastikan apakah informasi yang diperoleh melalui media sosial tersebut adalah bagian atau pengaruh dari upaya publikasi dan promosi yang dilakukan oleh pemuda desa atau tidak, dikarenakan tidak adanya akun khusus yang disediakan atau dikelola langsung oleh pemuda sehingga sifatnya tidak terpusat. Walaupun demikian hal tersebut tentu tidak terlepas dari peran pemuda desa dalam mempromosikan wisata Pantai Lowita.

Media sosial merupakan media yang sifatnya luas, seorang pengguna tidak bisa memastikan apakah orang lain mendapatkan informasi tersebut dari

akunnya atau tidak, jika tidak terpusat. Semua pengguna yang memiliki akun media sosial berhak meng-upload konten apa saja yang mereka inginkan. Kemudahan yang diperoleh oleh pengguna lain yang ingin mengakses informasi tertentu, cukup dengan memasukkan kata kunci pada pencarian atau menggunakan hashtag. Dalam hal ini, keberadaan Wisata Pantai Lowita juga dapat dengan mudah diakses dengan menggunakan cara diatas, hanya saja untuk memastikan apakah konten atau informasi tersebut diperoleh dari akun tertentu maka diperlukan upaya pengelolaan akun khusus.

D. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa peran pemuda desa dalam mengembangkan wisata Pantai Lowita adalah berpartisipasi membersihkan pantai, konservasi dan rehabilitasi mangrove, memanfaatkan limbah laut untuk dibuat kerajinan, memanfaatkan potensi wisata sebagai peluang bisnis dengan membuat kafe dan kaos wisata, ikut terlibat dalam kegiatan pemberdayaan/pelatihan pembuatan souvenir dan berbagai olahan makanan, serta melakukan upaya promosi. Selain itu, pemuda desa aktif melakukan upaya publikasi untuk mempromosikan potensi wisata yang dimiliki Pantai Lowita melalui unggahan foto ataupun video ke media sosial *Facebook*, *Instagram*, *Youtube*, dan *Whatsapp*. Disarankan perlu adanya strategi pembangunan, pengembangan dan promosi tata kelola daya tarik wisata dengan sistem partisipatif, kolaboratif dan keterpaduan antar *stakeholders* sehingga bersifat berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Atiko G., Sudrajat R. & Kharisma N. (2016). Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial oleh Kementerian Pariwisata RI (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @Indravel). *Journal Sosioteknologi*, 3(2):379.
- Arikunto S. (2014). *Penelitian Tindakan Kelas*. Jakarta: Penerbit PT. Bumi Aksara.
- Buted D., Nanci., Conti. & Mae (2014). Effects of Social Media in the Tourism Industry of Batangas Province. *Asia Pacific Journal of Multidisciplinary Research*, 2(3) 124
- Dina R. & Sabou G. (2012). Influence of Social Media in Choice of Touristic Destination. *Cactus Tourism Journal*, 3(2):24-29.
- Fotis J. (2015). *The Use Social Media and Its Impacts on Consumer Behavior: The Context of Holiday Travel* (Tesis). England: Bournemouth University.
- Khotimah K. (2017). Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Budaya (Studi Kasus Pada Kawasan Situs Trowulan Sebagai Pariwisata Budaya Unggulan Di 2 Kabupaten Mojokerto). *Jurnal Administrasi Negara*, 41(5):57.
- Nazir. (2005). *Metode Penelitian*. Jakarta: Penerbit Ghania Indonesia.
- Nasution S. (2014). *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: Penerbit PT Bumi Aksara.
- Nurhadi F.D.C., Mardiyono. & Stefanus P.R. (2015). Strategi Pengembangan Pariwisata oleh Pemerintah Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah (Studi Pada Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Mojokero). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 2(2):326.
- Madondo E. (2016). The Influence of Social Media in Promoting the Tourism Industri in Durban, South Africa. *Journal of Tourism*, 2(3):245.
- Patilima H. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Penerbit Alfabeta: Bandung.
- Rahim F. (2012). *Pedoman Kelompok Sadar Wisata*. Direktorat Jenderal Pengembangan Destinasi Pariwisata Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Rukmiati. & Suastini N.M. (2016). Dampak Media Sosial terhadap Perilaku Wisatawan. *Converence on Management Behavioral Studies*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(5):102.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta: Bandung
- Umami. (2015). *Social Strategy Pada Media Sosial untuk Promosi Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta*. *Jurnal Pariwisata*, 12(5):321
- Wijaya S. (2016). *Media Sosial bagi Desa Wisata: Sebuah Kajian Konseptual*. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. *Media Teknika Jurnal Teknologi*, 11(1):56-59.
- Zivkovic R., Brdar I. & Jelena G. (2014). The Impact of Social Media on Tourism. *Sinteza E-Business in Tourism and Hospitality Industry*, 10(15):759-761