



Analisis Penggunaan Instagram sebagai Media Promosi *Event* Budaya Maring Karangsambung di Kebumen Tahun 2023

Satrya Anggra Djama¹, Jasanta Peranginangin², Denny Asmara³

¹Mahasiswa Kepariwisataan, Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid, Indonesia

²⁻³Dosen Kepariwisataan, Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid, Indonesia

Penulis Korespondensi: ignatiusryo12@gmail.com

Abstract. *Karangsambung Tourism Village in Kebumen Regency possesses natural and cultural potential that serves as a tourist attraction. However, this potential has not yet been widely recognized due to challenges in marketing and introducing its natural and cultural assets. Previous studies have examined the use of Instagram as a promotional medium for products, services, and events; however, research specifically analyzing the implementation of Instagram content creation for cultural events in tourism villages remains limited, particularly in terms of content creation, utilization of Instagram features, as well as the challenges and solutions encountered in its implementation. Therefore, this study aims to analyze the implementation of content creation through Instagram for the 2023 Maring Karangsambung Cultural Event. This study focuses on content creation, the utilization of Instagram features, and the challenges and solutions involved in promoting the event. This study employs a descriptive qualitative research method, with data collected through interviews, observations, documentation, and literature reviews. The data were analyzed through data reduction, supported by the framing theory approach as an analytical framework. The results show that Instagram effectively functions as a promotional medium by increasing the exposure of the Maring Karangsambung Cultural Event while simultaneously introducing Karangsambung Tourism Village to a wider audience. Content creation was divided into three stages: pre-event, on-event, and post-event, utilizing Instagram features such as feeds, stories, reels, hashtags, and collaborations with media partners. The challenges encountered included limited human resources, promotional budgets, and information reach. The solutions implemented included collaboration with media partners, seeking sponsorship opportunities, and optimizing Instagram features. The study concludes that well-planned content creation can improve the effectiveness of information dissemination, build a positive image of the cultural event, and support the promotion of Karangsambung Tourism Village.*

Keywords: *Content Creation; Cultural Event; Digital Promotional Media; Instagram; Tourism Village.*

Abstrak. Desa Wisata Karangsambung di Kabupaten Kebumen memiliki potensi alam dan budaya yang menjadi daya tarik wisata. Namun, potensi tersebut belum dikenal secara luas karena masih terdapat kendala dalam memasarkan dan memperkenalkan kekayaan alam serta budaya yang dimiliki. Berbagai penelitian sebelumnya telah mengkaji pemanfaatan Instagram sebagai media promosi produk, jasa, maupun event, tetapi masih terbatas penelitian yang secara khusus menganalisis implementasi kreasi konten Instagram pada event budaya desa wisata melalui implementasi kreasi konten, pemanfaatan fitur Instagram, serta kendala dan solusi dalam pelaksanaannya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis implementasi kreasi konten melalui Instagram pada Event Budaya Maring Karangsambung 2023. Penelitian ini dibatasi pada implementasi kreasi konten, pemanfaatan fitur Instagram, serta kendala dan solusi dalam pelaksanaan promosi event. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka, sedangkan analisis data menggunakan analisis reduksi data serta sebagai pendukung pendekatan teori atau analisis menggunakan teori framing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram berperan efektif sebagai media promosi dalam meningkatkan eksposur Event Budaya Maring Karangsambung sekaligus memperkenalkan Desa Wisata Karangsambung kepada masyarakat yang lebih luas. bentuk kreasi konten dibagi menjadi 3 tahap pra-event, on-event, dan pasca-event dengan memanfaatkan fitur feed, stories, reels, hashtag, serta kolaborasi dengan media partner. Kendala yang dihadapi meliputi keterbatasan sumber daya manusia, anggaran promosi, dan jangkauan informasi, sedangkan solusi yang diterapkan berupa kolaborasi dengan media partner, pencarian sponsor, dan optimalisasi fitur Instagram. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa kreasi konten yang terencana mampu meningkatkan efektivitas penyebaran informasi, membangun citra positif event budaya, serta mendukung promosi Desa Wisata Karangsambung.

Kata Kunci: Desa Wisata; Event Budaya; Instagram; Kreasi Konten; Media Promosi Digital.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan perubahan besar dalam sektor pariwisata, khususnya dalam strategi promosi. Peralihan dari media konvensional menuju media digital menjadikan media sosial sebagai salah satu sarana promosi yang efektif karena mampu menjangkau masyarakat secara luas, cepat, interaktif, serta memiliki biaya yang relatif rendah. Selain sebagai media penyebaran informasi, media sosial juga berperan dalam membangun citra destinasi, meningkatkan kesadaran masyarakat, dan menarik minat wisatawan untuk berkunjung.

Salah satu media sosial yang banyak dimanfaatkan dalam promosi pariwisata adalah Instagram. Platform ini memiliki berbagai fitur seperti feed, reels, stories, live, dan hashtag yang mendukung penyampaian informasi melalui konten visual yang menarik. Berdasarkan Data Reportal (2023), pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 167 juta orang dengan tingkat penggunaan Instagram sebesar 86,5% pada kelompok usia 16–64 tahun. Besarnya jumlah pengguna tersebut menunjukkan bahwa Instagram memiliki potensi sebagai media promosi yang mampu menjangkau audiens secara luas.

Kabupaten Kebumen merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi wisata alam, budaya, dan edukasi, salah satunya Desa Wisata Karangsambung. Desa ini memiliki berbagai daya tarik seperti Geopark Karangsambung, Pentulu Indah, River Tubing Sungai Luk Ulo, kawasan edukasi geologi BRIN, serta tradisi budaya Merdi Desa yang masih dilestarikan masyarakat. Menurut Peranginangin (2025), desa wisata merupakan perpaduan antara atraksi, akomodasi, fasilitas, serta potensi alam dan budaya yang menjadi daya tarik bagi wisatawan.

Meskipun memiliki potensi wisata yang besar, Desa Wisata Karangsambung masih menghadapi kendala dalam aspek promosi sehingga belum banyak dikenal oleh masyarakat luas. Oleh karena itu, diperlukan strategi promosi digital yang mampu memperkenalkan potensi wisata dan budaya secara lebih efektif. Salah satu upaya yang dilakukan adalah penyelenggaraan Event Budaya Maring Karangsambung Tahun 2023 yang mengangkat tradisi Merdi Desa dengan konsep modern melalui berbagai kegiatan seperti pertunjukan seni budaya, lomba, pameran potensi desa, dan keterlibatan pelaku UMKM.

Sebagai event perdana, Event Budaya Maring Karangsambung menghadapi keterbatasan sumber daya dan anggaran promosi. Oleh sebab itu, Instagram digunakan sebagai media utama untuk memperkenalkan event melalui berbagai bentuk konten seperti poster digital, video promosi, informasi kegiatan, jadwal acara, hingga dokumentasi pelaksanaan. Pemanfaatan Instagram sebagai media promosi menjadi menarik untuk dikaji karena keberhasilannya

dipengaruhi oleh kualitas kreasi konten, penggunaan fitur Instagram, interaksi dengan audiens, serta kemampuan pengelola akun dalam membangun citra event.

Penelitian mengenai penggunaan Instagram sebagai media promosi telah banyak dilakukan pada produk, kuliner, dan destinasi wisata. Namun, penelitian mengenai pemanfaatan Instagram sebagai media promosi event budaya berbasis desa wisata masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis penggunaan Instagram sebagai media promosi Event Budaya Maring Karangsambung Tahun 2023, khususnya dalam aspek implementasi kreasi konten serta kendala dan solusi yang dihadapi selama proses promosi.

2. KAJIAN TEORITIS

Media sosial merupakan salah satu perkembangan teknologi komunikasi yang memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan interaksi, berbagi informasi, serta membangun hubungan secara digital. Wicaksono (2018) menjelaskan bahwa media sosial merupakan platform daring yang memungkinkan pengguna melakukan komunikasi dan pertukaran informasi tanpa batasan ruang dan waktu. Keunggulan media sosial terletak pada kemampuannya dalam menyebarkan informasi secara cepat melalui jaringan pengguna yang luas. Sejalan dengan hal tersebut, Budiman (2019) menyatakan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai wadah bagi pengguna untuk berpartisipasi aktif dalam menciptakan dan menyebarkan informasi dari satu individu kepada banyak pengguna lainnya. Dalam konteks penelitian ini, media sosial yang menjadi fokus kajian adalah Instagram sebagai media komunikasi dan promosi digital.

Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang memiliki karakteristik utama berupa penyajian konten visual melalui foto dan video. Keberadaan berbagai fitur seperti feed, stories, reels, live, direct message, serta hashtag menjadikan Instagram mampu mendukung aktivitas komunikasi dan promosi secara lebih efektif. Menurut Faizal (2022), Instagram menyediakan berbagai fitur yang dapat membantu pengguna dalam membagikan informasi maupun aktivitas sehari-hari secara menarik dan interaktif. Dalam kegiatan promosi, fitur-fitur tersebut dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi mengenai suatu produk, jasa, destinasi wisata, maupun event kepada masyarakat luas.

Pemanfaatan Instagram sebagai media promosi dalam sektor pariwisata semakin berkembang karena karakteristik platform ini yang mengutamakan kekuatan visual. Konten berupa foto, video, maupun desain grafis mampu memberikan gambaran mengenai suatu destinasi atau kegiatan sehingga dapat meningkatkan ketertarikan audiens. Melalui Instagram,

pengelola wisata maupun penyelenggara event dapat membangun citra positif, meningkatkan keterlibatan masyarakat, serta memperluas jangkauan informasi kepada calon pengunjung. Oleh karena itu, Instagram tidak hanya berperan sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga menjadi sarana membangun hubungan antara pengelola dengan audiens melalui interaksi digital.

Kreasi konten menjadi salah satu aspek penting dalam keberhasilan promosi melalui media sosial. Kreasi konten merupakan proses penyusunan pesan dalam berbagai bentuk media, seperti foto, video, tulisan, maupun desain visual yang bertujuan menyampaikan informasi kepada target audiens. Dalam penggunaannya pada Instagram, kreasi konten tidak hanya memperhatikan aspek estetika, tetapi juga harus mempertimbangkan kejelasan pesan, kesesuaian dengan karakteristik audiens, serta kemampuan konten dalam menarik perhatian pengguna. Konten yang dirancang dengan baik dapat membantu membangun identitas digital suatu organisasi atau event sehingga lebih mudah dikenali oleh masyarakat.

Dalam konteks pariwisata, promosi melalui media sosial memiliki hubungan erat dengan pembentukan citra destinasi. Fitri (2023) menyatakan bahwa aktivitas pemasaran melalui Instagram memiliki pengaruh positif terhadap pembentukan destination image serta meningkatkan niat berkunjung wisatawan. Hal tersebut menunjukkan bahwa penggunaan Instagram tidak hanya berfungsi untuk menyebarkan informasi, tetapi juga mampu menciptakan persepsi tertentu terhadap suatu destinasi atau kegiatan wisata. Melalui penyajian konten yang menarik dan informatif, suatu destinasi maupun event budaya dapat membangun daya tarik serta meningkatkan minat masyarakat untuk berkunjung.

Event merupakan kegiatan yang diselenggarakan dengan tujuan menghadirkan pengalaman tertentu kepada peserta maupun pengunjung. Utami (2021) menjelaskan bahwa event dalam arti luas merupakan kegiatan yang dilakukan oleh organisasi dengan menghadirkan masyarakat ke suatu tempat untuk memperoleh pengalaman serta mencapai tujuan yang telah ditentukan oleh penyelenggara. Dalam penelitian ini, event yang dikaji lebih spesifik mengarah pada cultural event atau event budaya. Menurut Any Noor (2013), cultural event merupakan kegiatan yang memiliki keterkaitan dengan budaya dan mengandung nilai sosial dalam kehidupan masyarakat. Perkembangan teknologi juga mendorong event budaya untuk dikemas secara lebih kreatif agar mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman tanpa menghilangkan nilai budaya yang terkandung di dalamnya.

Event Budaya Maring Karangsambung termasuk dalam kategori cultural event karena mengangkat tradisi Merdi Desa sebagai bagian dari budaya masyarakat Karangsambung. Melalui pengemasan yang lebih modern, event ini tidak hanya menjadi kegiatan pelestarian

budaya, tetapi juga menjadi media untuk memperkenalkan potensi wisata Desa Karangsambung kepada masyarakat luas. Dalam pelaksanaannya, pemanfaatan Instagram sebagai media promosi menjadi strategi penting untuk menyampaikan informasi, membangun citra event, serta meningkatkan keterlibatan masyarakat terhadap kegiatan budaya tersebut.

Selain konsep promosi melalui media sosial, penelitian ini juga menggunakan perspektif teori framing untuk menganalisis bagaimana konten Instagram membangun pemaknaan terhadap Event Budaya Maring Karangsambung. Entman (2021) menjelaskan bahwa framing merupakan proses memilih dan menonjolkan aspek tertentu dari suatu realitas sehingga informasi yang disampaikan menjadi lebih mudah dipahami dan memiliki makna tertentu bagi khalayak. Dalam praktiknya, framing dilakukan melalui empat elemen utama, yaitu define problems, diagnose causes, make moral judgement, dan treatment recommendation. Melalui pendekatan ini, penelitian dapat melihat bagaimana pengelola event memilih informasi, menyusun pesan, serta membentuk citra positif melalui konten yang dipublikasikan di Instagram.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk menganalisis penggunaan Instagram sebagai media promosi Event Budaya Maring Karangsambung Tahun 2023. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman mendalam mengenai implementasi kreasi konten, pemanfaatan fitur Instagram, serta kendala dan solusi yang dihadapi dalam proses promosi. Menurut Nursanjaya (2021), penelitian kualitatif bertujuan memahami fenomena yang dialami subjek penelitian secara menyeluruh melalui deskripsi dalam bentuk kata-kata pada kondisi yang alamiah.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Wawancara dilakukan dengan pihak yang terlibat dalam pengelolaan Event Budaya Maring Karangsambung dan media sosial Instagram untuk memperoleh informasi terkait strategi promosi yang diterapkan. Observasi dilakukan terhadap aktivitas akun Instagram Maring Karangsambung dengan mengamati bentuk konten, penggunaan fitur, serta interaksi audiens. Selain itu, dokumentasi digunakan untuk mengkaji unggahan Instagram, materi promosi, dan dokumentasi kegiatan event. Menurut Moleong (2020), wawancara merupakan proses memperoleh informasi melalui percakapan yang dilakukan dengan tujuan tertentu, sedangkan dokumentasi menurut Sugiyono (2022) merupakan teknik pengumpulan data melalui berbagai dokumen yang berkaitan dengan objek penelitian.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldana yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi kemudian dipilih, dikategorikan, serta dianalisis untuk memperoleh gambaran mengenai implementasi kreasi konten Instagram sebagai media promosi Event Budaya Maring Karangsambung Tahun 2023. Proses analisis dilakukan secara sistematis agar hasil penelitian dapat menggambarkan kondisi yang terjadi di lapangan (Zakly, 2021).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada analisis penggunaan media sosial Instagram sebagai media promosi Event Budaya Maring Karangsambung Tahun 2023. Fokus penelitian diarahkan pada implementasi kreasi konten yang diterapkan oleh pengelola akun Instagram dalam memperkenalkan event budaya kepada masyarakat, mulai dari tahap pra-event, on-event, hingga pasca-event. Selain itu, penelitian ini juga mendeskripsikan berbagai kendala yang dihadapi selama proses promosi melalui Instagram beserta solusi yang diterapkan oleh panitia dalam mengatasi kendala tersebut. Deskripsi tersebut menjadi dasar untuk memahami konten yang digunakan serta efektivitas pemanfaatan Instagram dalam mendukung penyelenggaraan Event Budaya Maring Karangsambung Tahun 2023.

Implementasi Kreasi Konten Dalam Akun Instagram Pada Event Budaya Maring Karangsambung 2023

Implementasi kreasi konten merupakan salah satu aspek penting dalam pelaksanaan promosi melalui Instagram. Pada penelitian ini, implementasi kreasi konten dideskripsikan berdasarkan bentuk konten yang dipublikasikan serta pemanfaatan berbagai fitur Instagram dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Analisis ini bertujuan memberikan gambaran mengenai implementasi kreasi konten yang diterapkan untuk meningkatkan jangkauan promosi dan membangun ketertarikan audiens terhadap Event Budaya Maring Karangsambung Tahun 2023.

Kendala dan Solusi dalam Penggunaan Instagram sebagai Media Promosi Event Budaya Maring Karangsambung Tahun 2023

Selain implementasi kreasi konten, penelitian ini juga mendeskripsikan berbagai kendala yang muncul selama pelaksanaan promosi melalui Instagram, baik yang berasal dari faktor internal maupun eksternal. Berbagai solusi yang diterapkan oleh panitia dalam mengatasi kendala tersebut turut dijelaskan untuk memberikan gambaran mengenai upaya yang dilakukan

dalam mengoptimalkan penggunaan Instagram sebagai media promosi Event Budaya Maring Karangsambung Tahun 2023.

Hasil dan Pembahasan

Implementasi Kreasi Konten Instagram sebagai Media Promosi Event Budaya Maring Karangsambung Tahun 2023

Berdasarkan hasil penelitian, penggunaan Instagram sebagai media promosi Event Budaya Maring Karangsambung Tahun 2023 menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran strategis dalam mendukung penyebaran informasi dan membangun citra suatu kegiatan budaya. Instagram tidak hanya digunakan sebagai media publikasi satu arah, tetapi juga menjadi sarana komunikasi yang memungkinkan terjadinya interaksi antara penyelenggara event dengan masyarakat sebagai audiens.

Pemanfaatan Instagram dalam kegiatan promosi ini sejalan dengan konsep media sosial yang dikemukakan oleh Wicaksono (2018), bahwa media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan pengguna melakukan komunikasi, berbagi informasi, serta membangun hubungan tanpa terbatas oleh ruang dan waktu. Dalam konteks Event Budaya Maring Karangsambung, Instagram menjadi media yang membantu panitia dalam menyampaikan pesan mengenai keberadaan event, rangkaian kegiatan, serta nilai budaya yang ingin diperkenalkan kepada masyarakat.

Strategi kreasi konten yang diterapkan oleh panitia menunjukkan adanya proses komunikasi yang terencana. Konten yang dibuat tidak hanya mempertimbangkan aspek visual, tetapi juga memperhatikan tujuan informasi pada setiap tahapan penyelenggaraan event. Pada tahap pra-event, konten digunakan untuk membangun kesadaran masyarakat terhadap event yang akan diselenggarakan. Penggunaan konten berupa poster digital, informasi perlombaan, jadwal kegiatan, dan pengenalan event menjadi bentuk upaya untuk menarik perhatian audiens serta menciptakan rasa ingin tahu sebelum acara berlangsung.

Hal tersebut sesuai dengan konsep kreasi konten dalam media digital yang menekankan bahwa penyampaian pesan melalui media sosial perlu disesuaikan dengan karakteristik audiens. Konten visual yang menarik dan informatif memiliki kemampuan lebih besar dalam menarik perhatian pengguna media sosial dibandingkan penyampaian informasi secara konvensional. Instagram yang mengutamakan unsur visual menjadi platform yang sesuai untuk mempromosikan event budaya karena mampu menampilkan gambaran suasana, aktivitas, serta nilai budaya yang menjadi daya tarik kegiatan.

Pada tahap pelaksanaan event, pemanfaatan fitur Instagram Stories menunjukkan bahwa media sosial dapat digunakan sebagai media publikasi secara langsung. Konten yang diunggah

secara real-time memberikan kesempatan kepada audiens untuk mengetahui kondisi kegiatan meskipun tidak hadir secara langsung di lokasi acara. Selain itu, dokumentasi kegiatan budaya melalui foto dan video membantu memperkuat pengalaman digital masyarakat terhadap Event Budaya Maring Karangsambung.

Pemanfaatan konten dokumentasi tersebut juga berkaitan dengan pembentukan citra destinasi dan event. Fitri (2023) menjelaskan bahwa aktivitas pemasaran melalui Instagram memiliki pengaruh terhadap pembentukan destination image serta peningkatan minat kunjungan wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang ditampilkan melalui Instagram tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk persepsi masyarakat terhadap suatu tempat maupun kegiatan yang dipromosikan.

Dalam penelitian ini, konten yang menampilkan tradisi Merdi Desa, pertunjukan seni budaya, serta partisipasi masyarakat memiliki fungsi penting dalam memperkenalkan identitas budaya Karangsambung. Melalui visualisasi kegiatan budaya tersebut, Instagram menjadi media yang membantu memperkuat nilai lokal dan memperkenalkan potensi desa wisata kepada masyarakat yang lebih luas. Dengan demikian, media sosial dapat menjadi sarana pelestarian budaya sekaligus media promosi pariwisata.

Selain aspek konten, penggunaan media partner juga menjadi strategi pendukung dalam memperluas jangkauan promosi. Keterbatasan jumlah pengikut pada akun resmi event dapat diatasi melalui kolaborasi dengan akun lain yang memiliki audiens lebih besar. Strategi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan promosi melalui media sosial tidak hanya ditentukan oleh kualitas konten, tetapi juga oleh kemampuan pengelola dalam membangun jaringan komunikasi dengan pihak lain.

Jika dikaitkan dengan teori framing yang digunakan dalam penelitian ini, pengelolaan konten Instagram Event Budaya Maring Karangsambung menunjukkan adanya proses pemilihan dan penonjolan informasi tertentu untuk membangun pemahaman audiens. Entman (2021) menjelaskan bahwa framing merupakan proses memilih aspek tertentu dari suatu realitas kemudian menonjolkannya agar memiliki makna tertentu bagi khalayak. Dalam konteks penelitian ini, panitia melakukan framing dengan menampilkan sisi budaya, kreativitas masyarakat, serta nilai kebersamaan sebagai identitas utama event.

Melalui elemen define problems, panitia membangun pemahaman bahwa budaya lokal perlu diperkenalkan dan dikembangkan melalui kegiatan yang lebih modern. Pada elemen diagnose causes, konten yang dibuat menunjukkan bahwa kurangnya pengenalan terhadap potensi budaya menjadi salah satu alasan perlunya penyelenggaraan event. Selanjutnya, make moral judgement terlihat melalui upaya menampilkan budaya lokal sebagai sesuatu yang

bernilai dan perlu diapresiasi masyarakat. Sementara itu, treatment recommendation diwujudkan melalui penyelenggaraan Event Budaya Maring Karangsambung sebagai salah satu solusi untuk memperkenalkan dan melestarikan budaya lokal.

Berdasarkan pembahasan tersebut, dapat diketahui bahwa implementasi kreasi konten Instagram pada Event Budaya Maring Karangsambung Tahun 2023 telah dilakukan secara terstruktur melalui tahapan promosi sebelum, selama, dan setelah acara. Instagram tidak hanya berperan sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga sebagai alat komunikasi pemasaran yang membantu membangun citra event, memperkenalkan budaya lokal, serta meningkatkan keterlibatan masyarakat.

Kendala dan Solusi dalam Penggunaan Instagram sebagai Media Promosi Event Budaya Maring Karangsambung Tahun 2023

Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun Instagram memiliki berbagai keunggulan sebagai media promosi, penerapannya dalam Event Budaya Maring Karangsambung masih menghadapi beberapa hambatan. Kendala tersebut menunjukkan bahwa penggunaan media sosial sebagai strategi promosi membutuhkan dukungan sumber daya yang memadai, baik dari segi finansial, kemampuan pengelolaan, maupun strategi komunikasi.

Keterbatasan anggaran menjadi salah satu hambatan utama yang memengaruhi optimalisasi promosi melalui Instagram. Fitur promosi berbayar seperti Instagram Ads sebenarnya dapat membantu meningkatkan jangkauan konten kepada target audiens yang lebih luas, namun keterbatasan dana menyebabkan strategi promosi lebih banyak mengandalkan metode organik. Kondisi tersebut membuat panitia perlu memaksimalkan kreativitas dalam membuat konten agar tetap mampu menarik perhatian masyarakat tanpa bergantung sepenuhnya pada promosi berbayar.

Selain faktor anggaran, keterbatasan sumber daya manusia juga menjadi tantangan dalam pengelolaan media sosial event. Pengelolaan Instagram membutuhkan kemampuan dalam membuat desain konten, mengambil dokumentasi, menyusun strategi publikasi, serta menjaga interaksi dengan audiens. Apabila tidak dikelola secara optimal, informasi yang disampaikan melalui media sosial dapat kurang maksimal dalam menjangkau masyarakat.

Kendala lain yang ditemukan adalah penggunaan Instagram sebagai satu-satunya media utama promosi. Meskipun Instagram memiliki potensi besar, setiap platform media sosial memiliki karakteristik pengguna yang berbeda. Oleh karena itu, penggunaan satu platform dapat membatasi jangkauan informasi kepada masyarakat yang tidak menggunakan Instagram secara aktif.

Untuk mengatasi berbagai kendala tersebut, panitia melakukan beberapa strategi, seperti membangun kerja sama dengan sponsor dan media partner. Kolaborasi tersebut menjadi solusi dalam memperluas jangkauan promosi sekaligus meningkatkan kredibilitas event. Media partner berperan membantu menyebarkan informasi kepada audiens yang lebih luas, sedangkan sponsor membantu mendukung kebutuhan penyelenggaraan kegiatan.

Selain itu, panitia juga melakukan optimalisasi terhadap fitur Instagram yang tersedia tanpa harus menggunakan biaya besar. Penggunaan konten visual yang menarik, pemanfaatan Instagram Stories, serta publikasi dokumentasi kegiatan menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan interaksi audiens. Hal ini menunjukkan bahwa kreativitas dalam mengelola konten menjadi faktor penting dalam keberhasilan promosi melalui media sosial.

Dengan demikian, kendala yang muncul dalam penggunaan Instagram sebagai media promosi dapat diatasi melalui strategi komunikasi yang adaptif. Keberhasilan promosi tidak hanya ditentukan oleh keberadaan teknologi digital, tetapi juga oleh kemampuan pengelola dalam memahami karakteristik media sosial, menciptakan konten yang relevan, serta membangun hubungan dengan berbagai pihak pendukung.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Instagram berperan penting sebagai media promosi Event Budaya Maring Karangsambung Tahun 2023. Pemanfaatan Instagram dilakukan melalui kreasi konten pada tahap pra-event, on-event, dan pasca-event yang berfungsi untuk menyampaikan informasi, membangun citra event, serta memperkenalkan nilai budaya lokal kepada masyarakat luas. Meskipun terdapat kendala seperti keterbatasan anggaran, sumber daya manusia, dan jangkauan promosi, panitia mampu mengatasinya melalui kerja sama dengan sponsor, media partner, serta optimalisasi fitur Instagram.

Saran yang dapat diberikan yaitu pengelola event perlu mengembangkan strategi promosi digital dengan memanfaatkan berbagai platform media sosial, meningkatkan kreativitas dalam pembuatan konten, serta memperkuat kemampuan pengelolaan media sosial agar promosi event budaya dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan berkelanjutan.

DAFTAR REFERENSI

- Abdussamad Zuchri. (2021). "Metode Penelitian Kualitatif". Makassar: CV. Syakir Media Press.
- Any Noor., (2013), Management Event. Bandung : Alfabeta

- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (n.d.). Iklan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring. Diakses 23 Juni 2026, dari KBBI Daring
- Budiman, Ernita Arif, & Elva Ronaning Roem. (2019). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Perpustakaan Kabupaten Belitung Timur. *Jurnal Ranah Komunikasi*, 3 (1), 34 – 44.
- C. Tasti Oktarisa. (2023). Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan Universitas Gadjah Mada.
- Eka Maulidyarto, K. & M. Gafar Yoedtadi. (2023). Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi BogorFest 2023.
- Faizal, A. A., Naim, M., & Fauzi, A. (2022). Fenomena Instagram Sebagai Sarana Eksistensi PadaKelompok Remaja Di Kelurahan Sudimara Selatan. *Buana Komunikasi (Jurnal PenelitianDanStudiIlmuKomunikasi)*,3(1),7
- Fitri, F. R., Februadi, A. C., Elisabeth, V., & Yuardani, A. M. (2023). The Influence of Instagram Social Media Marketing as a Promotional Means to Increase Intentions to Visit Tourist Destinations. *Journal of Marketing Innovation*.
- H. Utami. (2021). Manajemen Event dan Proyek: Antara Konsep dan Praktiknya.
- Indita Dewi, A. & Dita, M. (2022). Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada A.D.A Souvenir Project.
- J. Peranginangin. (2025). Manajemen Desa Wisata. PT. INDONESIA 8 KREASI NUSA.
- Leliana, I., Herry, H., Suratriadi, P., & Enrieco, E. (2021). Analisis Framing Model Robert Entman tentang Pemberitaan Kasus Korupsi Bansos Juliari Kompas.com Batubara di dan BBCIndonesia.com.
- M. S. Wicaksono and D. Yunitasari, Efektivitas Endorser dalam Promosi Pariwisata Indonesia. *J. Gama Soc.*, vol. 1, no. 1, p. 1, 2018, doi: 10.22146/jgs.34041.
- Moleong, Lexy (2020). Metodologi penelitian kualitatif. PT. Rajagrafindo Persada.
- Nursanjaya. (2021). Understanding Qualitative Research Prosedures. *Negotium: Journal of Business Administration Science*, 04(01), 126-141 (In Indonesia).
- Nurul Dewi & Sri Dewi S. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Haloa Cafe Sebagai Komunikasi Pemasaran Online.
- R. Setiawati, G. L. Pritalia. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Sektor Pariwisata.
- Rusmawan, U. (2019). Teknik Penulisan Tugas Akhir dan Skripsi Pemrograman. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2022). Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan kombinasi. Bandung: Alfabeta.
- Octaviani G. P., Denny A. (2022). Pengembangan Potensi Pariwisata di Karanganyar dari Komponen 3A. *Gemawisata : Jurnal Ilmiah Pariwisata*.