

ABSTRAK

Ihwan Gunawan S. 2026. Strategi Promosi Melalui Media Sosial di Desa Wisata Karangan, Kecamatan Buntu Batu, Kabupaten Enrekang. (Dibimbing oleh Syukri dan Ilham Riyadi).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi melalui media sosial yang diterapkan oleh pengelola Desa Wisata Karangan, Kecamatan Buntu Batu, Kabupaten Enrekang, serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat pelaksanaannya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif. Informan berjumlah empat orang yang dipilih secara *purposive*, terdiri atas Ketua Pokdarwis Sirandepala, pengurus Divisi Pemasaran dan Promosi, satu pengunjung, dan satu masyarakat Dusun Karangan, Desa Latimojong. Data dikumpulkan melalui wawancara semi terstruktur, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui pengumpulan data, reduksi dan kategorisasi, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Keabsahan data diperiksa melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelola menggunakan Instagram, TikTok, dan Facebook untuk mempromosikan daya tarik wisata, fasilitas, aktivitas, dan pengalaman pengunjung. Strategi dianalisis melalui enam kategori, yaitu platform, konten, konsistensi, integrasi, kolaborasi, dan evaluasi, lalu dibaca melalui empat zona Social Media Marketing Tuten dan Solomon, yaitu *Social Community*, *Social Publishing*, *Social Entertainment*, dan *Social Commerce*. Pengelolaan telah memanfaatkan konten visual dan informatif serta melibatkan pengunjung melalui *tagging* dan *repost*, tetapi pengelolaan belum sepenuhnya sistematis. Evaluasi masih bertumpu pada *Views*, *Likes*, komentar, *reach*, dan respons pengunjung tanpa prosedur dan dokumentasi yang rutin. Faktor pendukung meliputi potensi wisata, dukungan masyarakat, partisipasi pengunjung, dan dukungan pemerintah. Faktor penghambat meliputi keterbatasan sumber daya manusia, belum adanya admin khusus, keterbatasan peralatan dokumentasi, kemampuan penyuntingan konten, dan perubahan algoritma media sosial. Penelitian menyimpulkan bahwa media sosial telah digunakan sebagai saluran penting untuk memperkenalkan dan menyebarkan informasi mengenai Desa Wisata Karangan, tetapi perlu penguatan pada tata kelola konten, penyesuaian antarplatform, pembagian tugas, dan evaluasi.

Kata kunci: strategi promosi, media sosial, desa wisata, Social Media Marketing.