

STRATEGI PENGELOLAAN PEMASARAN EKOWISATA BERBASIS MASYARAKAT PASCA PANDEMI COVID-19 DI KAWASAN HUTAN KEMASYARAKATAN WATU PAYUNG GUNUNGKIDUL DENGAN MENGGUNAKAN SOSIAL MEDIA INSTAGRAM

Oleh:
Farellia Rizky Indah Putri¹
Wiyono²

INTISARI

Pandemi Covid-19 yang menerjang Indonesia pada tahun 2020 hingga pertengahan 2022 menyebabkan Wana Wisata Geoforest Watu Payung ditutup. Hal ini berimbas pada pemasukan kas pengelola tidak ada sama sekali. Tahun 2022 akhir Wana Wisata Geoforest Watu Payung mulai dibuka kembali. Akan tetapi jumlah wisatawan yang berkunjung tidak sebanyak ketika kondisi sebelum pandemi. Maka dari itu perlu dilakukan strategi marketing untuk menarik pengunjung datang. Strategi marketing yang dirasa efektif pada era ini yaitu melalui sosial media. Wana Wisata Geoforest Watu Payung sebagai objek wisata sudah melibatkan sosial media sebagai alat promosinya yaitu dengan menggunakan instagram. Tujuan penelitian ini yaitu untuk merumuskan strategi pengelolaan ekowisata berbasis masyarakat di Kawasan HKm Watu Payung dengan menggunakan teknik marketing sosial media Instagram. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Pengambilan data dilakukan melalui wawancara mendalam. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ekowisata Watu Payung sudah melakukan upaya marketing melalui sosial media Instagram dan mempunyai akun @geoforestwatupayung namun belum banyak menarik pengunjung setelah Covid-19. Strategi utama yang direkomendasikan untuk strategi marketing Ekowisata Watu Payung berdasarkan hasil analisis SWOT adalah dengan memanfaatkan sosial media secara maksimal, dengan membuat konten-konten yang menarik dan memanfaatkan fitur-fitur di instagram, termasuk melibatkan influencer dan masyarakat untuk mempromosikan wisata ini di Instagram.

Kata kunci: Ekowisata, Startegi Marketing, Instagram, Analisis SWOT

¹ Mahasiswa Program Studi Pengelolaan Hutan, Departemen Teknologi Hayati dan Veteriner, Sekolah Vokasi, Universitas Gadjah Mada

² Dosen Pembimbing, Program Studi Pengelolaan Hutan, Departemen Teknologi Hayati dan Veteriner, Sekolah Vokasi, Universitas Gadjah Mada

MARKETING MANAGEMENT STRATEGY OF COMMUNITY-BASED ECOTOURISM POST-PANDEMIC COVID-19 IN THE WATU PAYUNG GUNUNGKIDUL COMMUNITY FOREST AREA USING INSTAGRAM SOCIAL MEDIA

By:
Farelia Rizky Indah Putri¹
Wiyono²

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic had a significant impact on Indonesia from 2020 until the middle of 2022, resulting in the closure of the eco-tourism activities in Watu Payung Geoforest. Consequently, there was a complete absence of cash receipts during this period. Although Watu Payung Geoforest reopened at the end of 2022, the number of tourists visiting has not returned to pre-pandemic levels. To attract more tourists, an effective marketing strategy is needed, and one of the most effective approaches in the current era is through social media.

Watu Payung Geoforest has embraced instagram as a promotional tool for its ecotourism activities. This study aims to develop an ecotourism management strategy that focuses on the local community in the Watu Payung Geoforest area, utilizing marketing tactics on Instagram. The study adopted qualitative methods, conducting in-depth interviews, and employing SWOT analysis.

The findings reveal that despite using instagram (@geoforestwatupayung) as a marketing strategy, Watu Payung Geoforest has not attracted a substantial number of visitors after the COVID-19 pandemic. The recommended marketing strategy resulting from the SWOT analysis suggests maximizing the usage of social media by creating engaging content and utilizing instagram's features to promote Watu Payung Geoforest effectively. This includes collaborating with influencers and involving the local community to participate in promoting the geoforest on instagram.

Keywords: Eco-tourism, marketing strategy, instagram, SWOT analysis.

¹ Student of Forest Management Program, Bioresources Technology and Veterinary, Vocational School, Universitas Gadjah Mada

² Lecturer of Forest Management Program, Bioresources Technology and Veterinary, Vocational School, Universitas Gadjah Mada