

# PEMUTAKHIRAN PROMOSI DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN VALUE DAYA TARIK WISATA PANTAI PANDAWA, KABUPATEN BADUNG

PUTRI KUSUMA SANJIWANI<sup>1\*</sup>), NATASHA ERINDA PUTRI MONIAGA<sup>2)</sup>

1&2) Program Studi Pariwisata Program Sarjana, Fakultas Pariwisata Universitas Udayana, Badung, Indonesia 80234

\*email korespondensi: kusumasanjiwani@unud.ac.id

## ABSTRACT

*The tendency for the types of tourist attractions managed by Traditional Villages in the Province of Bali has not fully utilized the potential of digital promotion. The selection of promotions with a conservative type is still the main orientation due to a lack of understanding of the use of technology in traditional societies so it influences the promotion of Pandawa Beach. The problem in this research is how to update digital promotions to increase the value of Pandawa Beach as a tourist attraction in Badung Regency so that it can attract the attention of tourists. This study used qualitative research methods. The results of this study are that digital promotion will increase the image and brand awareness of a tourist attraction so as to strengthen the characteristics and position of the Pandawa Beach tourist attraction as one of the leading tourist attractions in Badung Regency. Updating the appearance and pattern of digital promotion through social media belonging to the Pandawa Beach tourist attraction must be carried out to increase value and be able to compete with other tourist attractions in the Province of Bali.*

**Keyword:** *digital promotion, tourist attraction, social media.*

## ABSTRAK

Kecenderungan tipe daya tarik wisata yang dikelola oleh *Desa Adat* di Provinsi Bali belum memanfaatkan potensi promosi digital dengan maksimal. Pemilihan promosi dengan tipe konservatif masih menjadi orietasi utama dikarenakan kurangnya pemahaman penggunaan teknologi pada elit *Desa Adat* yang duduk di tataran petinggi *Desa Adat* (pada kalangan anggota senior). Pada daya tarik wisata Pantai Pandawa, pengembangan promosi digital sudah dilakukan namun belum dapat mengikuti kecepatan pengembangan teknologi. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana bentuk pemutakhiran promosi digital untuk meningkatkan *value* daya tarik wisata Pantai Pandawa di Kabupaten Badung agar dapat menarik perhatian wisatawan mancanegara dan nusantara. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan bahan hukum primer dan sekunder. Hasil penelitian ini adalah promosi digital akan meningkatkan citra dan *brand awareness* dari suatu daya tarik wisata sehingga penguatan karakteristik serta posisi daya tarik wisata Pantai Pandawa sebagai salah satu daya tarik wisata unggulan di Kabupaten Badung. Promosi digital pada sosial media menjadi pilihan terbaik karena pengguna sosial media memiliki jangkauan yang luas di seluruh dunia. *Brand* daya tarik wisata Pantai Pandawa melalui sosial media wajib untuk diselaraskan dengan *wonderful Indonesia*. Pemutakhiran tampilan dan pola promosi digital melalui sosial media milik daya tarik wisata Pantai Pandawa wajib dilakukan untuk meningkatkan *value* dan mampu bersaing dengan daya tarik wisata lainnya di Provinsi Bali.

**Kata kunci:** *promosi digital, daya tarik wisata, media sosial*

## PENDAHULUAN

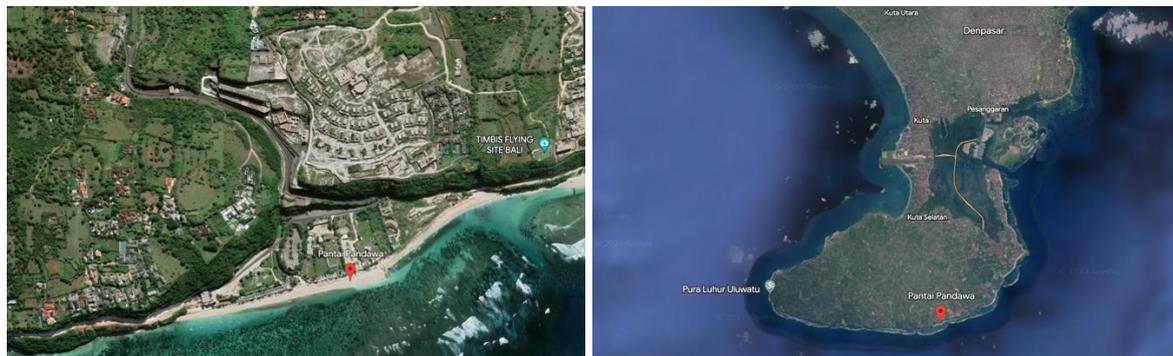
Promosi diartikan sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tujuan, yaitu menciptakan pertukaran dan pemasaran (Swastha dan Irawan, 2003). Promosi merupakan bagian dari aktivitas pemasaran yang membantu wisatawan untuk mengenali suatu produk sehingga produk tersebut memiliki nilai dan menciptakan *brand awareness* untuk wisatawan.

Tren promosi digital di sektor pariwisata akan terus berubah seiring dengan perkembangan teknologi serta mengikuti perubahan perilaku wisatawan. Perubahan perilaku wisatawan dalam berselancar di dunia digital semakin intens semenjak pandemi Covid-19 melanda dunia. Provinsi Bali mengalami perubahan yang sangat drastis akibat penutupan bandara internasional, kebijakan *lockdown* dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Kondisi menjadi berbalik arah untuk Provinsi Bali ketika pintu pariwisata mulai dibuka kembali untuk perjalanan domestik maupun internasional.

Promosi digital pada sektor pariwisata memainkan peran penting dalam proses pemulihan pariwisata Provinsi Bali. Upaya promosi digital dilakukan untuk kembali mengingatkan wisatawan atas kehadiran dari suatu daya tarik wisata dan memberikan informasi masih bahwa daya tarik wisata tersebut masih tetap eksis pasca pandemi Covid-19 seperti daya tarik wisata Pantai Pandawa.

Daya tarik wisata Pantai Pandawa merupakan salah satu daya tarik wisata alam unggulan Kabupaten Badung di Provinsi Bali. Daya tarik wisata Pantai Pandawa terletak di Desa Kutuh, Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Badung. Daya tarik wisata Pantai Pandawa merupakan daya tarik wisata alam yang berbasis konservasi sehingga daya tarik wisata Pantai Pandawa memiliki citra positif di dalam pengembangannya. Daya tarik wisata

Pantai Pandawa berdampingan dengan daya tarik wisata Pantai Gunung Payung dan daya tarik wisata Pantai Tanah Barak, dimana dua daya tarik tersebut merupakan satu kesatuan pengelolaan dengan daya tarik wisata Pantai Pandawa.



**Gambar 1. Lokasi Daya Tarik Wisata Pantai Pandawa**  
(Sumber: Google Earth, 2023)

Masa jeda pandemi memberikan manfaat pada daya tarik wisata Pantai Pandawa untuk kembali menata diri dan melakukan pemutakhiran pada beberapa lini pengelolaan dalam dua tahun kebelakang. Pemutakhiran dalam promosi digital menjadi suatu program yang penting untuk dilakukan karena bertujuan untuk merebut perhatian pasar wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik. Pemutakhiran promosi digital akan bermuara pada penanaman pemahaman, peningkatan citra serta *value* daya tarik wisata Pantai Pandawa.

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik penentuan informan menggunakan teknik *purposive sampling* serta teknik analisis data menggunakan menggunakan teknik deskriptif kualitatif.

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Promosi digital hanya akan menjadi pilihan utama bagi daya tarik wisata yang baru berkembang, namun pola pemikiran ini termasuk pola pemikiran yang salah. Daya tarik wisata baru menggunakan promosi digital untuk memperkenalkan daya tarik wisata mereka sedangkan daya tarik wisata yang sudah eksis menggunakan promosi digital untuk bertahan dan meningkatkan *brand awareness* untuk menjadi salah satu *Top of Mind Awareness* diantara daya tarik wisata lainnya.

Daya tarik wisata Pantai Pandawa masuk kedalam kategori daya tarik wisata yang sudah berkembang sehingga memerlukan pola bertahan untuk tetap menjadi daya tarik wisata pilihan bagi wisatawan *first comer* maupun wisatawan *repeater*. Promosi digital pada masa bertahan jauh lebih berat dibandingkan dengan promosi digital sebagai pengenalan awal. Citra pariwisata suatu daya tarik cenderung positif dan digemari karena masih baru dan citra pariwisata daya tarik wisata Pantai Pandawa akan bergulat dengan review-review negative dan pembenahan daya tarik.

Berdasarkan review dari tripadvisor.com, daya tarik wisata Pantai Pandawa berada pada peringkat nomor 7 dari 66 kegiatan yang dapat dilakukan di pantai pada kawasan Kecamatan Kuta. Terdapat 3.709 ulasan (sampai pada tanggal 18 Juni 2022) dengan level penilaian bintang 4 dari penilaian maksimal yaitu bintang 5.

# Pandawa Beach

3.709 ulasan • #7 dari 66 hal yang dapat dilakukan di Kuta • Pantai

Wisnu Kencana  
1 kontribusi

👍 0 ...

Ulasan Tanya Jawab

3.709 ulasan

Pandawa VS Kompetitor

Jul 2022 • Sendiri

Daya Tarik Wisata alam pantai yang telah ada sejak 2012. Terkenal karena patung Pandawanya yang ikonik.

Fasilitas cukup lengkap, kebersihannya tergolong cukup baik, target pasar cenderung travel grup dan wisnus, variasi atraksinya juga pada dasarnya baik.

Saat ini banyak daya tarik kompetitor yg sejenis dan citranya banyak yg sudah melampaui Pantai Pandawa.

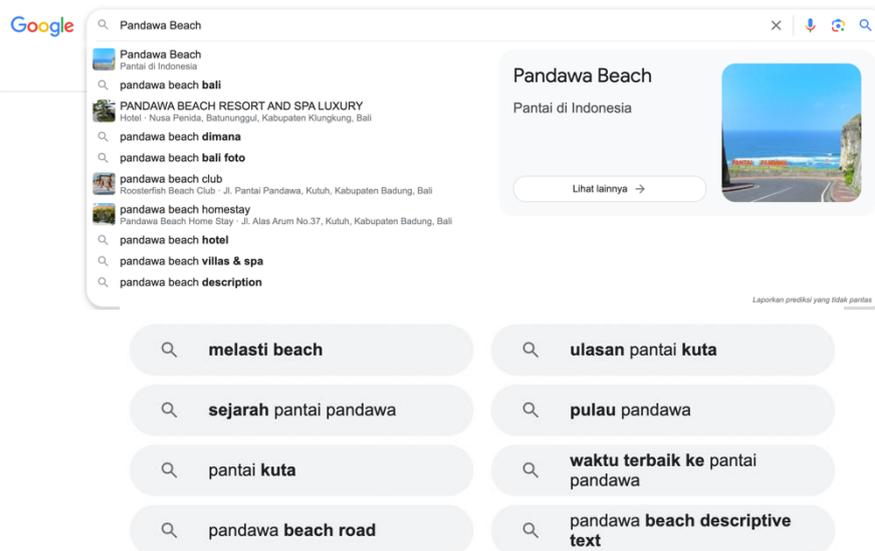
Semoga Pantai Pandawa bisa terus mengikuti tren, agar tidak kalah pamor

4.0 3.709 ulasan

Luar biasa	1.470
Sangat bagus	1.503
Biasa	545
Buruk	108
Sangat buruk	83

Gambar 2. Review tripadvisor.com  
(Sumber: tripadvisor.com, 2023)

Berdasarkan informasi pada laman google.com, pencarian nama “Pantai Pandawa” cukup banyak dan sebagian besar mengarah pada pencarian daya tarik wisata dan usaha penyediaan akomodasi di seputar daya tarik wisata Pantai Pandawa. Adapun *suggestion* dalam pencarian nama “Pantai Pandawa” juga mengarah pada mereka yang mencari informasi mengenai pantai di Kecamatan Kuta Selatan.



Gambar 3. Google Analytic Pantai Pandawa  
(Sumber: google.com, 2023)

## 1. Pemetaan Promosi Digital Daya Tarik Wisata Pantai Pandawa

Sebelum melakukan pemutakhiran promosi digital, perlu adanya kita memetakan promosi digital daya tarik wisata Pantai Pandawa yang sudah berjalan selama ini. Adapun jenis-jenis promosi digital yang dilakukan dijabarkan dibawah ini.

### 1.1. Website

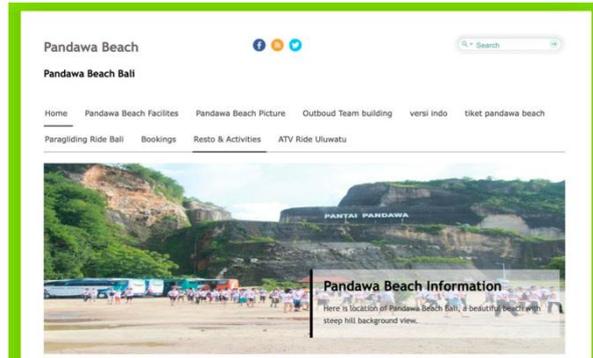
Website merupakan halaman informasi yang disediakan melalui jalur internet sehingga dapat diakses seluruh dunia selama terkoneksi dengan jaringan internet (Hidayatullah, 2016). Website merupakan halaman yang menampilkan informasi dengan dukungan gambar, suara, animasi sehingga menarik wisatawan untuk mengunjungi website tersebut. Daya tarik wisata Pantai Pandawa memiliki website yang dikelola oleh pengelola daya tarik wisata dengan alamat website yang dapat diakses melalui <http://pandawabeach-bali.com>.

Berdasarkan analisa dalam tampilan website dan informasi yang disuguhkan di dalam laman website daya tarik wisata Pantai Pandawa mengetengahkan:

#### 1. Produk pariwisata;

2. Informasi tiket dan *ticket booking*
3. Fasilitas
4. Kumpulan gambar/foto daya tarik wisata
5. *Tourist information*

Informasi terbaru diunggah terakhir pada bulan Oktober 2021 dan belum ada aktivitas mengunggah ulasan daya tarik wisata pada tahun 2022 s/d 2023. Tampilan *website* terkesan sederhana dan estetika tampilan belum mengikuti model *website* terkini.



**Gambar 4. Tampilan Website Daya Tarik Wisata Pantai Pandawa**  
(Sumber: *pandawabeach-bali.com*, 2023)

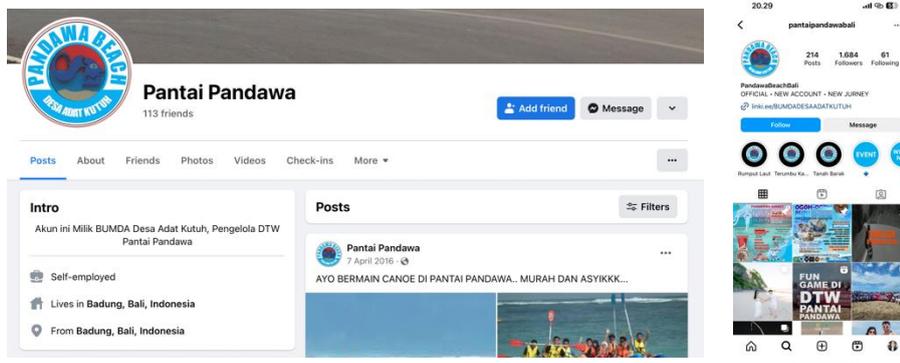
## 1.2. Media Sosial

Media sosial adalah seperangkat alat komunikasi dan kolaborasi baru yang memungkinkan terjadinya berbagai jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia bagi orang awam (Chris Brogan, 2010). Media sosial merupakan salah satu *tools* atau alat yang dapat digunakan dengan akses yang mudah, *simple* dalam penggunaan fitur, jaringan yang luas dan gratis. Media sosial menjadi salah satu media promosi digital yang paling efektif untuk saat ini, mengingat masyarakat dunia sudah menggunakan *smart phone*.

Daya tarik wisata Pantai Pandawa mengelola dua akun *official* untuk media sosial diantaranya:

1. Facebook dengan nama akun “Pantai Pandawa” ([web.facebook.com/pandawa.pantai](http://web.facebook.com/pandawa.pantai))
2. Instagram dengan nama akun @pantaipandawabali

Pada kedua akun *official* tersebut menggunakan logo utama milik daya tarik wisata Pantai Pandawa yang mudah dikenali dan menjadi ikon daya tarik wisata Pantai Pandawa.



**Gambar 5. Akun Official Media Sosial Daya Tarik Wisata Pantai Pandawa**  
(Sumber: *Facebook dan Instagram*, 2023)



**Gambar 6. Logo Daya Tarik Wisata Pantai Pandawa**

(Sumber: Facebook dan Instagram, 2023)

## 2. Analisa Promosi Digital Daya Tarik Wisata Pantai Pandawa

Proses awal dalam mengambil keputusan pemutakhiran program promosi digital maka perlu adanya identifikasi dalam aspek promosi digital daya tarik wisata Pantai Pandawa yang telah dilakukan selama ini. Persaingan antar daya tarik wisata alam di Kabupaten Badung mengharuskan setiap daya tarik wisata berupaya dengan kreatif untuk melakukan promosi digital dalam menarik minat berkunjung wisatawan.

Kekuatan daya tarik wisata Pantai Pandawa adalah keterlibatan masyarakat lokal (lembaga adat) dalam mengelola daya tarik wisata karena masyarakat yang paling paham dan paling mengetahui kondisi daya tarik wisata. Wisatawan yang datang berkunjung mencakup wisatawan mancanegara dan wisatawan domestik sehingga memudahkan promosi digital. Citra pariwisata dari daya tarik wisata Pantai Pandawa memiliki citra dengan sentiment positif.

Kelemahan daya tarik wisata Pantai Pandawa adalah pada lemahnya promosi dan *branding* dikarenakan lemahnya Sumber Daya Manusia (SDM) dalam bidang promosi digital. Tidak dapat dipungkiri bahwa masyarakat lokal sebagai *user* dalam dunia digital, belum begitu memahami memanfaatkan teknologi informasi secara tepat akurat. Mereka hanya sebatas pengguna dan untuk memahami promosi digital diperlukan pelatihan penguatan SDM yang memerlukan waktu untuk memperlajarinya.

Adapun bentuk peluang yang dimiliki oleh daya tarik wisata Pantai Pandawa adalah sebagai berikut:

1. Pemanfaatan teknologi informasi khususnya dalam pemanfaatan aplikasi media sosial oleh masyarakat dunia;
2. Kemudahan akses informasi di dunia digital terkait daya tarik wisata Pantai Pandawa;
3. Kolaborasi dengan *social media influencer*;
4. Karakteristik daya tarik wisata Pantai Pandawa yang berbeda dari daya tarik wisata pantai lainnya;
5. Kolaborasi dalam *event* atau MICE.

Pada sisi ancaman untuk daya tarik wisata Pantai Pandawa dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Kemiripan produk daya tarik wisata di Kecamatan Kuta Selatan;
2. Tren pariwisata yang mulai bergeser ke wilayah Indonesia Timur;
3. Kompetitor pariwisata di negara lain; dan
4. Isu-isu negatif yang mempengaruhi Pariwisata Bali.

## 3. Pemutakhiran Promosi Digital Daya Tarik Wisata Pantai Pandawa

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pemutakhiran adalah proses, cara, perbuatan memutakhirkan. Pemutakhiran adalah sebuah proses didalam melakukan perubahan atau meningkatkan performa suatu sistem, program atau aplikasi untuk memperbaiki kesalahan, permasalahan atau kekurangan. Pemutakhiran dapat berfokus pada peningkatan kinerja *website* dan media sosial untuk lebih terstruktur dalam mengetengahkan konten. Pemutakhiran dapat meningkatkan respon yang lebih cepat dari wisatawan karena informasi terbaru yang disuguhkan sesuai dengan kebutuhan pasar. Pemutakhiran terhadap promosi digital dilakukan untuk memaksimalkan potensi teknologi informasi dalam mengembangkan popularitas daya tarik wisata Pantai Pandawa.

### 3.1. Pemutakhiran pada *Official Website* Daya Tarik Wisata Pantai Pandawa

Pada bagian pemutakhiran *official website* diperlukan pemutakhiran pada bagian fitur, tampilan dan konten. Adapun pemutakhiran yang sangat *urgent* untuk dilakukan adalah:

1. Penyesuaian desain dan tampilan

Perkembangan design untuk tampilan *website* terus berkembang dan menyesuaikan dengan keinginan pasar sehingga tampilan segar dan menarik memberikan pengalaman visual bagi wisatawan

2. Pembaruan fungsionalitas

Penambahan atau pembaharuan fitur berdasarkan fungsi yang maksimal dapat meningkatkan performa *website* untuk menyesuaikan dengan kebutuhan wisatawan. *Website* akan memiliki fungsi yang relevan, efisien dan memudahkan wisatawan dalam mengakses informasi.

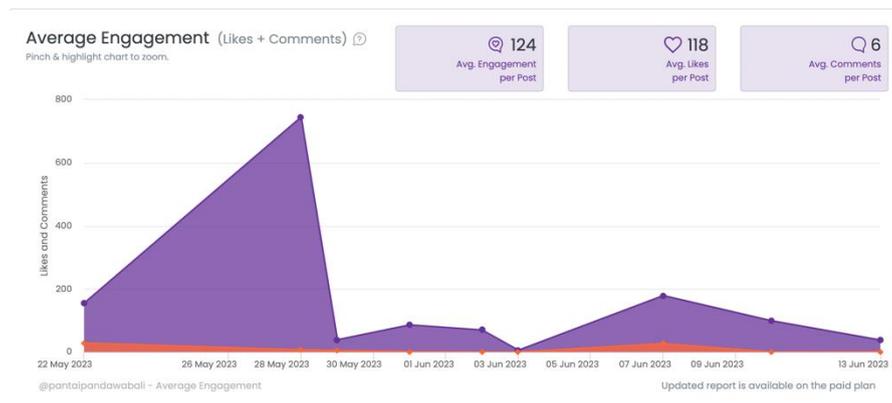


**Gambar 7. Pemutakhiran Official Website Daya Tarik Wisata Pantai Pandawa**  
(Sumber: Design Penelitian, 2023)



**Gambar 7. Pemutakhiran Logo Daya Tarik Wisata Pantai Pandawa**  
(Sumber: Design Penelitian, 2023)

3.2. Pemutakhiran pada Media Sosial Daya Tarik Wisata Pantai Pandawa  
Performa media sosial daya tarik wisata Pantai Pandawa melalui akun @pantaipandawabali cukup tinggi. Aktifitas mengunggah foto dan video (*reels*) mendapat perhatian yang cukup besar pada bulan Juni sehingga efektivitas *image* dan *video* menjadi rata-rata tertinggi pada akun @pantaipandawabali. Adapun analisa bulan Mei - Juni 2023 sesuai grafik menunjukkan antusias *user* instagram untuk akun @pantaipandawabali.



**Gambar 8. Average Engagement Instagram @pantaipandawabali**  
(Sumber: Google Analytic, 2023)

Informasi mengenai *event* menjadi postingan yang memiliki *engagement* yang cukup tinggi. Pola komunikasi dalam media sosial @pantaipandawabali sudah cukup baik dan *responsive*.

Daya tarik wisata Pantai Pandawa harus berupaya untuk memutakhirkan akun instagram @pantaipandawabali dan akun Facebook dengan cara:

1. Konten berkualitas  
Menggunakan isu-isu terkini di daya tarik wisata Pantai Pandawa sehingga menjadikan @pantaipandawabali sebagai opsi pertama wisatawan dalam mencari informasi sehingga membantu membangun basis pengikut yang setia. Konten berkualitas juga harus didukung dengan foto yang menarik dan *high resolution* sehingga meminimalisir kejenuhan konten.
2. Konsistensi dalam *post content*  
Konsistensi di dalam mengunggah informasi dalam media sosial merupakan komitmen dari media sosial dalam menjaga eksistensi daya tarik wisata Pantai Pandawa. Konsistensi ini juga memberikan gambaran keterlibatan audiens dalam membaca konten dan berinteraksi. Penting adanya membaca pergerakan *insight* media sosial untuk dapat membaca jam dan hari yang sesuai untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Waktu terbaik dalam mengunggah konten untuk akun @pantaipandawabali adalah pada hari Selasa dan Minggu pada jam 09.00 WITA s/d 10.00 WITA.
3. Penggunaan *hashtag* yang relevan  
*Hashtag* merupakan kata kunci yang digunakan untuk memudahkan wisatawan mencari daya tarik wisata yang ingin mereka kunjungi. Penggunaan *hashtag* yang sesuai adalah menggunakan 5 kata kunci, dua kata kunci seperti #pantaipandawabeach dan #pantaipandawabali, 3 kata kunci lainnya adalah kata kunci yang relevan dengan *hashtag* populer mancanegara seperti #beach #sport #health #repost #travel #reels #vacation #beautiful #sea #naturephotography #indonesia #reelsinstagram #nature #photooftheday #explore
4. Interaksi dengan Pengikut dan Pengguna lainnya  
Komunikasi sangat penting dilakukan karena dapat membantu visibilitas dan keterlibatan @pantaipandawabali di dalam Instagram.
5. Gunakan fitur-fitur Instagram  
Fitur-fitur yang memiliki potensi tinggi untuk menarik perhatian wisatawan biasanya adalah pada *image* dan *video*, hal ini berlaku juga pada akun Instagram @pantaipandawabali. Tidak ada salahnya juga mencoba fitur kolaborasi dimana fitur ini dapat membantu influencer dalam menampilkan satu konten pada akun influencer dan @pantaipandawabali sekaligus.
6. Analisis dan Pengukuran  
Menggunakan *insight* dalam pengukuran performa akun @pantaipandawabali merupakan hal yang wajib untuk dipelajari. Analisis *insight* akan memberikan wawasan tentang interaksi pengguna, pemirsa, dan konten dengan interaksi tertinggi. Pada bagian ini, akun @pantaipandawabali dapat mempelajari tipe konten yang disukai pasar.

Penggunaan sosial media tidak hanya sebatas Facebook dan Instagram saja, berdasarkan hasil analisa di lapangan potensi penggunaan sosial media Tiktok dan Youtube menjadi peluang untuk daya tarik wisata Pantai Pandawa melakukan promosi digital. Pengembangan micro blog seperti aplikasi Twitter dapat membantu promosi digital namun tidak secepat penyebaran informasi seperti Tiktok dan Youtube. Konten bersifat video dalam Tiktok dan Youtube masih dimanfaatkan oleh banyak orang untuk mengambil keuntungan dari daya tarik wisata Pantai Pandawa. Baik adanya pengelola daya tarik wisata Pantai Pandawa dengan popularitasnya mengembangkan sendiri dengan akun official pada dua aplikasi sosial media tersebut. Pengembangan micro blog seperti aplikasi Twitter dapat membantu promosi digital namun tidak secepat penyebaran informasi seperti Tiktok dan Youtube.

#### 4. Peningkatan *Value* Daya Tarik Wisata Pantai Pandawa melalui Promosi Digital

Daya tarik wisata akan tetap berkelanjutan dan memiliki *value* jika pengelola daya tarik wisata mampu untuk mempertahankan citra positif dan menanamkan *brand awareness* yang secara terus-menerus dilakukan melalui promosi digital. *Value* (nilai) merupakan konsepsi-konsepsi yang ada dalam alam pikiran masyarakat/organisasi mengenai hal-hal yang dianggap berarti dalam hidup (Koentjaraningrat, 1974).

*Value* dari daya tarik wisata Pantai Pandawa akan memberikan citra bahwa daya tarik wisata Pantai Pandawa berbeda dari daya tarik wisata pantai lainnya. Mengukur citra dapat melalui penilaian wisatawan terhadap kegiatan, pengetahuan dan pengalaman yang mereka dapatkan selama berwisata di daya tarik wisata Pantai Pandawa. Peningkatan *value* dapat melalui upaya promosi digital, yaitu dengan cara mengangkat potensi unggulan daya tarik wisata Pantai Pandawa pada sisi konservasi.

Tidak semua daya tarik wisata dapat bersanding antara alam dan konservasi, *value* ini menjadi unggulan daya tarik wisata Pantai Pandawa. Pengelola daya tarik wisata Pantai Pandawa menjunjung tinggi nilai agama dan budaya serta keseimbangan antara pengembangan pariwisata dengan pengembangan konservasi untuk pelestarian lingkungan yang berkelanjutan. Berdasarkan kebijakan hukum Pemerintah Kabupaten Badung yaitu Peraturan Bupati Badung Nomor 59 Tahun 2021 tentang Rencana Detail Tata Ruang Kecamatan Kuta Selatan Tahun 2021-2041, Pantai Pandawa termasuk dalam SWP – C Blok 1 – 4 yang merupakan zona kepariwisataan. Apabila daya tarik wisata Pantai Pandawa mengembangkan zona konservasi untuk tujuan pariwisata berkelanjutan dan pelestarian maka dipersilahkan dan dapat dilakukan.

Hasil obeservasi menunjukkan kompetitor daya tarik wisata Pantai Pandawa di Kecamatan Kuta Selatan terdapat dua daya tarik wisata, diantaranya adalah daya tarik wisata Pantai Balangan dan daya tarik wisata Pantai Dreamland dengan popularitas yang masih dibawah daya tarik wisata Pantai Pandawa. Apabila dibandingkan dengan pantai lainnya di Provinsi Bali, maka daya tarik wisata Pantai Kuta mengalahkan popularitas daya tarik wisata Pantai Pandawa. Konten-konten bersifat alam dan konservasi menjadi salah satu nilai kunci dari sisi promosi digital untuk mengangkat *value* daya tarik wisata.

Promosi digital yang dapat dilakukan daya tarik wisata Pantai Pandawa untuk meningkatkan *value* daya tarik wisata adalah sebagai berikut:

1. Pembangunan citra dengan tingkatan *organic*;
2. Membangun branding pariwisata baru melalui kolaborasi alam dan konservasi;
3. Kolaborasi *event* kebudayaan antar daerah, antar provinsi dan antar negara;
4. Berkolaborasi dengan e-commerce dalam promosi berbayar online; dan.

### SIMPULAN

Mempertahankan eksistensi daya tarik wisata yang sudah berkembang memiliki tantangan tersendiri. Promosi digital menjadi salah satu pilihan yang baik khususnya dalam penggunaan aplikasi non berbayar dengan *user* atau pengguna menembus masyarakat dunia. Daya tarik wisata Pantai Pandawa merupakan daya tarik wisata yang sudah berkembang dan menjadi salah satu daya tarik wisata unggulan. Promosi digital melalui *website* dan media sosial (facebook dan Instagram) sudah dilakukan namun memerlukan pemutakhiran untuk meningkatkan *value* daya tarik wisata. Pemilihan penggunaan medial sosial dalam jumlah aplikasi yang digunakan sangat berpengaruh khususnya pada aplikasi media sosial yang sedang digemari saat ini. Peningkatan *value* dapat dilakukan dengan mengedepankan promosi melalui kolaborasi alam dan konservasi sehingga wisatawan yang datang akan mendapatkan pengalaman yang lebih menarik dengan nilai pembeda dari daya tarik wisata lainnya di Provinsi Bali.

### DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha dan Irawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi kedua. Liberty Offez, Yogyakarta.
- Brogan, Chris. 2010. *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business Online*. John Wiley & Sons Inc, Hoboken, New Jersey.
- Koentjaraningrat. 1974. *Pengantar Antropologi*. Aksara Baru, Jakarta
- Hidayatullah, Radeb Aryadi. 2016. *LKP: Pembuatan Desain Website Sebagai Penunjang Company Profile CV Hesindo*. Universitas Dinamika, Surabaya.