

## MENGGALI POTENSI PARIWISATA MELALUI PENGEMBANGAN MEDIA SOSIAL DESTINASI WISATA MEDAN

VIDYA FATHIMAH<sup>1)</sup>, INTAN WIDYA LESTARI<sup>2)</sup>, NOVA ANGELINA NABABAN<sup>3)</sup>,  
YULIANA KRISTINA LIMBONG<sup>4)</sup>, NAZMAH PARAMESWARI<sup>5)</sup>, ALFIANA DEWI  
SIRAIT<sup>6)</sup>

Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan  
Email : [vidyafath@gmail.com](mailto:vidyafath@gmail.com)<sup>1)</sup>, [intanwidyalestari6@gmail.com](mailto:intanwidyalestari6@gmail.com)<sup>2)</sup>

### ABSTRAK

Pariwisata memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu daerah. Kota Medan sebagai salah satu destinasi wisata yang kaya akan keindahan alam dan warisan budaya, memiliki potensi besar untuk dikembangkan melalui pemanfaatan media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk melihat potensi pariwisata Kota Medan melalui penggunaan media sosial sebagai sarana promosi destinasi wisata. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif untuk mengetahui gambaran secara utuh potensi wisata melalui media social. Data yang diperoleh dengan menggunakan data sekunder. Hasil analisis menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran yang signifikan dalam memengaruhi minat dan keputusan wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi. Oleh karena itu, pengembangan konten yang menarik dan interaktif di platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok menjadi kunci dalam meningkatkan eksposur dan daya tarik pariwisata kota Medan. Temuan ini memberikan landasan bagi pemerintah dan pelaku industri pariwisata untuk meningkatkan investasi dalam pengembangan media sosial sebagai bagian dari strategi promosi destinasi wisata kota Medan. Kata kunci : Pariwisata; Promosi; Sosial Media; Medan.

### ABSTRACT

Tourism has an important role in the economic growth of a region. The city of Medan, as a tourist destination rich in natural beauty and cultural heritage, has great potential to be developed through the use of social media. This research aims to see the tourism potential of Medan City through the use of social media as a means of promoting tourist destinations. The method used is secondary descriptive qualitative to find out the full picture of tourism potential through social media. Data obtained using secondary data. The results of the analysis show that social media has a significant role in influencing tourists' interests and decisions to visit a destination. Therefore, developing interesting and interactive content on social media platforms such as Instagram, Facebook and TikTok is key in increasing the exposure and tourist attraction of the city of Medan. These findings provide a basis for the government and tourism industry players to increase investment in developing social media as part of the promotional strategy for Medan city tourist destinations..

Keywords: Tourism; Promotion; Social media; Medan.

### PENDAHULUAN

Medan merupakan salah satu kota metropolitan yang ada di Indonesia karena banyak mengandung historis dari berbagai macam suku ataupun etnis masyarakat yang mendudukinya. Penduduk yang memiliki latar belakang yang berbeda, Penghuni awal medan yaitu suku Melayu dan didominasi oleh suku Jawa, Batak, Mandailing, dan Minang. Banyaknya objek wisata di Medan membuat kota ini semakin kaya sejarah dan seni, tetapi banyak objek wisata yang tidak dikenali oleh turis dari dalam negeri ataupun mancanegara.

Dalam era digital yang terus berkembang saat ini tentu sudah tidak asing lagi dalam menggunakan sosial media. Media sosial merupakan jaringan teknologi yang digunakan untuk

menciptakan berita melalui pengguna internet dan mengkomunikasikan serta mendiseminasikan informasi (Hermawan, 2022) dan menurut (Rr Yunita Puspendari, Suwandoko and Rizza Arge Winanta, 2023) Media sosial merupakan salah satu sarana untuk menyampaikan informasi elektronik baik dalam bentuk gambar, video, musik dan lain sebagainya. Media yang sering dijumpai seperti instagram, tik tok, twitter dan youtube.

Media sosial menjadi platform utama dalam memperkenalkan dan mempromosikan destinasi pariwisata. Menurut (Suwarso, 2021) Promosi pariwisata merupakan bentuk komunikasi pemasaran dalam pariwisata yang tujuannya untuk memengaruhi target wisatawan agar berkunjung ke daerah wisata yang dipromosikan. Dengan melakukan promosi pariwisata melalui media sosial media akan meningkatkan potensi wisata yang ada di Kota Medan yang ada menjadi dikenal dari dalam negeri maupun luar negeri.

Alat yang efektif dalam memengaruhi preferensi dan keputusan perjalanan wisatawan yaitu sosial media.(Pertiwi and Lusianingrum, 2022) mengatakan informasi mengenai destinasi pariwisata di era digital ini sebagian besar di dapat dari media sosial, para wisata membagikan cerita ke sosial media yang dimana dapat di tonton semua pengguna sosial media. Oleh karena itu, pengembangan media sosial sebagai sarana promosi destinasi wisata Medan menjadi sangat penting dalam menggali potensi pariwisata yang belum tergali secara maksimal

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan di kota Medan, tepatnya di tempat wisata Istana Maimun, Mesjid Raya Al-Mashun, Tjong A.Fie, Pantai Bali Lestari dan Kebun Binatang Medan. Metode penelitian yang digunakan dalam artikel ilmiah ini adalah kualitatif deskriptif dengan data sekunder wisatawan yang berkunjung ke Medan.

Dalam menganalisis data sekunder untuk mengumpulkan informasi terkait dengan potensi pariwisata Kota Medan. Data sekunder yang relevan akan diperoleh dari berbagai sumber seperti laporan statistik pariwisata, publikasi akademis, dan dokumen resmi pemerintah terkait pariwisata di Kota Medan. Analisis data sekunder akan membantu dalam memahami tren kunjungan wisatawan, profil demografis, preferensi wisata, serta dampak ekonomi dari sektor pariwisata di Kota Medan.

Dengan menggunakan analisis data sekunder wisatawan, diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang komprehensif tentang potensi pariwisata Kota Medan dan efektivitas pengembangan media sosial dalam promosi destinasi wisata.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kota Medan penuh dengan pesona sejarah,kebudayaan,keberagaman yang membuat destinasi pariwisata terpesona oleh keunikan yang ada di kota Medan dan menjadi wisata yang tak terlupakan bagi parawisatawan.

**Tabel 1. Daftar Nama Objek Wisata Medan**

<b>Nama Objek Wisata</b>	<b>Kecamatan</b>	<b>Kelurahan</b>
Istana Maimun	Medan Maimun	Aur
Tjong A Fie Mansion	Medan Barat	Kesawan
Situs Kota Cina	Medan Marelan	Paya Pasir
Mesjid Raya Al Mashun	Medan Kota	Mesjid
Graha Maria Annai Velangkani	Medan Tuntungan	Tanjung Selamat
Penangkaran Buaya Asam Kumbang	Medan Selayang	Asam Kumbang

Rahmat International Wildlife Museum dan Galeri	Medan Baru	Petisah Hulu
Danau Siombak	Medan Marelan	Paya Pasir
Kebun Binatang Medan	Medan Tuntungan	Simalingkar B
Taman Edukasi Avros Rispa	Medan Polonia	Kampung Baru
Ekowisata Mangrove Sicanang	Medan Belawan	Belawan Sicanang
Museum Perkebunan Rispa	Medan Baru	Kampung Baru

Dari tabel 1 diatas peneliti hanya meneliti 5(lima) tempat wisata saja yaitu tempat wisata Istana Maimun, Masjid Raya Al-Mashun, Tjong A.Fie, Pantai Bali Lestari dan Kebun Binatang Medan. Internet bukan hal yang baru bagi masyarakat karena semua kalangan baik dari segi usia sudah menggunakan internet di kehidupan sehari-hari. Maka penggunaan media sosial yang memberikan manfaat dari penggunaan media sosial tersebut untuk mencari teman, informasi bahkan bisnis dan promosi. Diantaranya facebook, instagram, whatsapp, dan youtube.

Saat ini media sosial tidak hanya sekedar komunikasi tetapi berdampak pada sektor pariwisata. Salah satu manfaat yang dapat dirasakan adalah objek wisata menjadi terkenal hanya melalui postingan para wisatawan yang berkunjung ke kota Medan. Postingan yang di upload bagi foto ataupun video dapat tersebar luas ke seluruh media dengan begitu beribu orang melihat dan ingin mengunjungi tempat wisata tersebut.

Pengembangan media sosial sebagai sarana untuk menggali potensi pariwisata di destinasi wisata Medan adalah topik yang menarik untuk dibahas. Dalam era digital seperti sekarang, media sosial telah menjadi platform yang sangat efektif untuk mempromosikan destinasi wisata dan menarik minat wisatawan. Salah satu manfaat utama pengembangan media sosial dalam pariwisata adalah kemampuannya untuk mencapai pengunjung yang lebih banyak secara global. Dengan menggunakan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan YouTube, destinasi wisata Medan dapat memperluas jangkauan promosi mereka dan menarik minat wisatawan dari berbagai belahan dunia.

Selain itu, media sosial juga memungkinkan destinasi wisata Medan untuk berinteraksi langsung dengan wisatawan potensial. Melalui komentar, pesan pribadi, atau fitur live streaming, destinasi wisata Medan dapat memberikan informasi langsung, menjawab pertanyaan, dan memberikan pengalaman virtual kepada wisatawan potensial. Hal ini dapat membantu membangun hubungan yang lebih dekat antara destinasi wisata dan wisatawan, sehingga meningkatkan minat dan kepercayaan wisatawan untuk mengunjungi wisata kota Medan.

Selain itu, media sosial juga memungkinkan destinasi wisata Medan untuk berbagi konten visual yang menarik. Dengan membagikan foto-foto dan video yang indah tentang keindahan alam, budaya, kuliner, dan atraksi wisata Medan, destinasi ini dapat memikat wisatawan potensial dan membuat mereka tertarik untuk mengunjungi tempat tersebut.

Pengembangan media sosial dalam pariwisata juga membutuhkan strategi yang baik dan konten yang menarik. Destinasi wisata Medan perlu memiliki tim yang ahli dalam mengelola media sosial, menghasilkan konten yang menarik, dan memahami trend dan preferensi wisatawan. Selain itu, kolaborasi dengan influencer atau travel blogger lokal maupun internasional juga bisa menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan visibilitas destinasi wisata Medan.

Dalam menggali potensi pariwisata melalui pengembangan media sosial, penting juga untuk memperhatikan aspek keberlanjutan dan pelestarian lingkungan. Destinasi wisata Medan harus mempromosikan pariwisata yang bertanggung jawab, menjaga kelestarian alam dan budaya setempat, serta mengedukasi wisatawan tentang pentingnya menjaga lingkungan.

Dari data Badan Pusat Statistik Kota Medan, destinasi wisata pertama itu adalah Istana Maimun yang berada di jalan Brigadier Jendral Katamso Medan yang dibangun pada tahun 1988 dan memiliki luas 2.772 m<sup>2</sup>

Berdasarkan data tempat wisata istana Maimun juga mengalami peningkatan pada tahun 2023 Kepala badan pusat statistik (bps) sumut, menyebutkan tahun 2019 kunjungan wisatawan ke istana Maimun 10,17%. sekretaris yayasan suktan makmun Alrasyid menyebutkan tahun 2023 pengunjung istana Maimun naik drastic, warga yang datang berlibur ke istana Maimun mencapai 600 orang lebih.

Destinasi wisata yang kedua yaitu Masjid Raya AL Mashun atau yang lebih dikenal Majid Raya Medan yang berada di jalan Sisingamaraja No 16, Medan yang di bangun pada tahun 1906 dan selesai pada tahun 1909.

Berdasarkan data tempat wisata Masjid Raya AL Mashun juga mengalami peningkatan pada tahun 2020 kunjungan wisatawan ke Masjid Raya AL Mahsun 1000 orang pengunjung. Yayasan suktan makmun Alrasyid menyebutkan pada tahun 2023 pengunjung Masjid Raya AL Mashun naik drastis. Warga yang datang berlibur ke Masjid Raya AL Mashun mencapai 500 orang lebih.

Destinasi wisata yang ketiga yaitu Rumah Tjong A Fie Mansion yang berada di Jl. Jend. Ahmad Yani No.105, Kesawan, Kec. Medan Bar., Kota Medan Rumah Tjong A Fie ini dibangun pada tahun 1895 dan berdiri pada tahun 1900 yang telah berfungsi sebagai Museum kediaman Tjong A Fie dan menjadi salah satu tempat wisata yang dikunjungi oleh wisatawan. Jumlah pengunjung di tahun 2022 yaitu sebanyak 3.988 pengunjung dan pada 2023 juga banyak per hari bisa 30-40 pengunjung yang datang

Destinasi wisata yang keempat yaitu pantai Bali Lestari, Kepala badan pusat statistik (BPS) Sumut, menyebutkan tahun 2020 kunjungan wisatawan ke Pantai Bali Lestari mencapai 12,14%. sekretaris yayasan suktan makmun Alrasyid menyebutkan tahun 2023 pengunjung Pantai Bali Lestari naik drastis .warga yang datang berlibur ke Pantai Bali Lestari mencapai 200 orang lebih. Pantai bernuansa Bali ini berada di Pantai Cermin 1,5 jam dari Medan. Pantainya berpasir putih, tapi air lautnya tidak biru. Pengunjung ke sini kebanyakan ingin makan seafood bukan untuk berenang di laut, makannya enak, harganya standar, ada paket seharga Rp. 550.000,- untuk 6 orang. Untuk masuk ke pantai ini dikenakan biaya Rp.15.000 per orang dan Rp.10.000,- untuk parkir kendaraan. Di Pantai ini ada restoran yang menyediakan karaoke dan live music. Yang bikin menyenangkan banyak pemandangan yang indah dan toiletnya yang bersih.

Destinasi wisata yang kelima yaitu Kebun Binatang Medan adalah sebuah kebun binatang di Medan, Indonesia. Lokasinya terletak di Kelurahan Simalingkar B, Medan Tuntungan, sekitar 10 kilometer dari pusat kota ke arah Brastagi. Kebun binatang yang saat ini merupakan kebun binatang baru yang diresmikan Wali kota Medan, Abdillah, pada 14 April 2005. Sebelumnya Kebun Binatang Medan terletak di Jalan Brigjen Katamso, Kelurahan Kampung Baru, Medan Maimun.

Meskipun baru, kebun binatang di Simalingkar banyak dikritik karena dianggap tidak menyediakan fasilitas yang layak bagi hewan-hewan yang dimilikinya. Suasana yang gersang serta pemberian makanan yang kurang bagi para hewan juga menjadi masalah yang dihadapi kebun binatang ini. Tapi pada tahun 2023 di saat hari libur panjang banyak pengunjung yang datang, sekitar 3.000 orang mengunjungi kebun binatang seluas 30 hektare ini setiap akhir

minggunya. Pada hari-hari biasa, jumlah pengunjung diperkirakan berjumlah 150 orang setiap harinya.

Dari data-data banyaknya jumlah pengunjung yang mengunjungi wisata kota Medan yaitu di saat di hari-hari libur lebaran, liburan sekolah dan liburan hari besar lainnya. Semua itu sangat berpengaruh dengan adanya media sosial seperti akun youtube di bawah ini yang menampilkan megahnya istana maimun



**Gambar 1: Vlog Youtube tentang Istana Maimun**



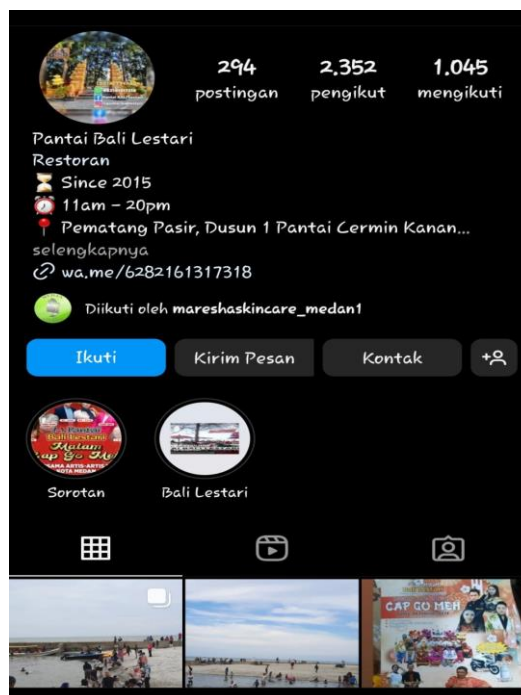
**Gambar 2: Vlog Youtube Kebun Binatang Medan**



**Gambar 3: Rumah Tjong A.Fie**



Gambar 4: Akun Instagram yang memperlihatkan keindahan Mesjid Raya Medan



Gambar 5: Akun Instagram yang mempromosikan Pantai Bali Lestari

Dari Gambar 1 sampai 5, para pengguna media sosial menampilkan keindahan tempat wisata kota Medan, mereka membuat tampilan seindah mungkin agar menarik minat pengunjung untuk mengunjungi tempat wisata di kota Medan. Dan terbukti banyak pengunjung dalam negeri dan mancanegara yang datang mengunjungi tempat wisata di kota Medan. Para pengunjung banyak datang ketempat wisata di hari libur yang panjang seperti liburan hari-hari besar setiap agama.

**Tabel 2. Data pengunjung di tahun 2022**

No	Objek Wisata Kota Medan	Jumlah Pengunjung 2022
1	Kebun Binatang Medan	37.098
2	Mesjid Raya Al-Mahsun	704
3	Rumah Tjong A.Fie	3.988
4	Istana Maimun	41.747

Sumber: Pemko Medan, 2022

Dari tabel diatas ribuan pengunjung yang mengunjungi tempat wisata di tahun 2022. Dengan adanya media sosial mereka dapat melihat tempat-tempat wisata yang bagus untuk dikunjungi dan juga dapat melihat tarif masuk tempat wisata tersebut. Dengan ini dinyatakan media sosial sangat berpengaruh secara signifikan untuk menggali potensi masyarakat dalam berwisata.

## KESIMPULAN

Salah satu manfaat yang dapat dirasakan adalah objek wisata menjadi terkenal hanya melalui postingan para wisatawan yang berkunjung ke kota Medan. Postingan yang di upload bagi foto ataupun video dapat tersebar luas ke seluruh media dengan begitu beribu orang melihat dan ingin mengunjungi tempat wisata tersebut.

Dalam era digital seperti sekarang, media sosial telah menjadi platform yang sangat efektif untuk mempromosikan destinasi wisata dan menarik minat wisatawan. Salah satu manfaat utama pengembangan media sosial dalam pariwisata adalah kemampuannya untuk mencapai pengunjung yang lebih luas secara global.

Dengan membagikan foto-foto dan video yang indah tentang keindahan alam, budaya, kuliner, dan atraksi wisata Medan, destinasi ini dapat memikat wisatawan potensial dan membuat mereka tertarik untuk mengunjungi tempat tersebut. Pengembangan media sosial dalam pariwisata juga membutuhkan strategi yang baik dan konten yang menarik.

Selain itu, kolaborasi dengan influencer atau travel blogger lokal maupun internasional juga bisa menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan visibilitas destinasi wisata Medan di media sosial. Dalam menggali potensi pariwisata melalui pengembangan media sosial, penting juga untuk memperhatikan aspek keberlanjutan dan pelestarian lingkungan.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan pengunjung meningkat drastis mencapai ribuan orang yang mengunjungi tempat wisata kota Medan melalui tampilan media sosial yang menarik dalam mempromosikan tempat wisata kota Medan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, F. (2013). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitas Pihak Eksternal Dan Potensi Internal (Studi Kasus Pada Kelompok Usaha “Emping Jagung” Di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang. *Jurnal Administrasi Publik Mahasiswa Universitas Brawijaya*, 1(6), 1286–1295.
- Handika, M. R., & Darma, G. S. (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 15(2), 192–203.
- Hermawan, Y.A. (2022) ‘Pemanfaatan Media Sosial bagi Pemasaran Pariwisata di Desa Kertarahayu’, *Journal of Tourism and Creativity*, 6(3). Available at: <https://doi.org/10.19184/jtc.v6i3.33537>.
- Maksudi, M. Y., R., M. A. M. H. I. H., W., S. D., & Zabidi, I. (2021). Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Omzet Penjualan Produk Pakaian pada UMKM Inoy Daily Wear di Tasikmalaya. *Jurnal STEI Ekonomi (JEMI)*, 30(2), 94–101.

- Nasution, S. dan S. P., & R. (2022). Peran Digital Marketing dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Kuliner Berbasis Syariah di Kota Medan. *Jurnal Masharif Al- Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(2), 510–519.
- Pertiwi, W.N.B. and Lusianingrum, F.P.W. (2022) ‘GENERASI Z MEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL DALAM MENENTUKAN PULAU TUNDA SEBAGAI TUJUAN WISATA PASCA PANDEMI COVID-19 .’, *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3). Available at: <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2441>.
- Rr Yunita Puspandari, Suwandoko and Rizza Arge Winanta (2023) ‘Edukasi Media Sosial Dalam Mewujudkan Pariwisata Humanis di Desa Polengan Kecamatan Srumbung Kabupaten Magelang’, *Madani : Indonesian Journal of Civil Society*, 5(1). Available at: <https://doi.org/10.35970/madani.v5i1.1613>.
- Suwarso, W.A. (2021) ‘Peran Masyarakat dalam Promosi Pariwisata Kota Singkawang’, *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 3(2). Available at: <https://doi.org/10.24076/pikma.v3i2.474>.