



## PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI KOMUNIKASI PROMOSI WISATA TAMAN BALEKAMBANG SURAKARTA

Rismawati<sup>1</sup>, Ade Yuliar<sup>2</sup>, Puput Yanita Senja<sup>3</sup>

### Abstrak

Di era digital, pengguna media instagram semakin banyak dari berbagai kalangan sosial, misalnya saja pengelola atau sektor dalam dunia pariwisata seperti Taman Balekambang Surakarta. Wisata Taman Balekambang menjadi salah satu tempat yang menarik baik dari sudut pandang sejarah, budaya maupun lingkungan. Instagram sebagai salah satu media promosi wisata Taman Balekambang karena memiliki jumlah pengikut yang banyak. Dengan penggunaan instagram yang efektif maka dapat menjadikan Taman Balekambang sebagai tempat wisata yang populer. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan instagram yang digunakan untuk komunikasi promosi serta mengetahui kendala promosi menggunakan instagram. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yaitu dengan memberikan penjelasan atau deskripsi mengenai permasalahan yang dihadapi serta didukung oleh data primer maupun sekunder. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Taman Balekambang memanfaatkan fitur-fitur yang sudah disediakan oleh Instagram sebagai media promosi. Penggunaan instagram sebagai media promosi ditinjau dari aspek konten promosi wisata, aspek pengguna serta dampak secara ekonomi. Sedangkan promosi yang dilakukan oleh Taman Balekambang melalui instagram juga terdapat beberapa kendala, yaitu antara lain kendala dalam manajemen sumber daya manusia, alat *live streaming* belum memadai, dan berkenaan isi konten.

Kata Kunci: Promosi, Pemanfaatan Instagram, Taman Balekambang.

### Abstract

*In the digital era, Instagram media users are increasingly from various social circles, for example, managers or sectors in the world of tourism such as Balekambang Park Surakarta. Balekambang Park tourism is one of the interesting places both from a historical, cultural and environmental point of view. Instagram as one of the promotional media for Balekambang Park tourism because it has a large number of followers. With the effective use of Instagram, it can make Balekambang Park a popular tourist spot. The purpose of this research*

<sup>1</sup> UIN Raden Mas Said Surakarta, email: [khanrisma899@gmail.com](mailto:khanrisma899@gmail.com)

<sup>2</sup> UIN Raden Mas Said Surakarta, email: [ade.yuliar@staff.uinsaid.ac.id](mailto:ade.yuliar@staff.uinsaid.ac.id)

<sup>3</sup> UIN Raden Mas Said Surakarta, email: [puput.y.s@staff.uinsaid.ac.id](mailto:puput.y.s@staff.uinsaid.ac.id)

*is to find out the utilisation of Instagram used for promotional communication and to find out the obstacles to promotion using Instagram. In this study, researchers used a descriptive qualitative approach, namely by providing an explanation or description of the problem at hand and supported by primary and secondary data. The results of this study show that Balekambang Park utilises the features provided by Instagram as a promotional media. The use of Instagram as a promotional media is reviewed from the aspects of tourism promotion content, user aspects and economic impact. While the promotion carried out by Balekambang Park through Instagram also has several obstacles, which include obstacles in human resource management, inadequate live streaming tools, and regarding content.*

**Keywords:** *Promotion, Utilization of Instagram, Balekambang Park*

## **PENDAHULUAN**

Di era digital saat ini ditandai dengan berkembangnya teknologi yang semakin canggih, dapat ditemui berbagai macam media sosial yang digunakan oleh pengguna jaringan internet. Ada berbagai macam media sosial yang populer di Indonesia dan banyak yang menggunakan media sosial tersebut, seperti youtube, facebook, twitter, instagram dan lain sebagainya (Mafiroh, 2019). Media sosial seperti instagram banyak digunakan oleh penggunanya untuk mengunggah foto dan video, berinteraksi dengan sesama pengguna instagram, mencari informasi, bisnis, promosi suatu produk, mencari barang kesukaan, mencari teman atau pasangan, membangun komunitas, dan bahkan untuk sekedar hiburan saja (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Semakin berkembangnya media sosial, instagram memiliki banyak fitur yang ada di dalamnya. Instagram dapat mengunggah foto dan video, serta instagram menambahkan kemampuan untuk mengunggah instagram story atau cerita di instagram yang dapat dilihat oleh sesama pengguna dalam durasi sehari penuh (Kurniawan, 2017).

Penggunaan instagram dipilih sebagai media untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan barang dan jasa karena instagram mampu menyebarkan informasi secara cepat dan mengenai banyak sasaran. Mudah dan praktisnya melakukan promosi melalui media sosial membuat banyak kalangan menggunakan media tersebut sebagai media promosi (Soleha et al., 2023). Seperti penggunaan instagram dalam mempromosikan tempat wisata yaitu pengguna instagram bisa dengan mudah membagikan foto dan video promosi akan suatu tempat wisata dengan menarik, dan mampu membangun citra positif bagi pengguna instagram yang melihat promosi tersebut (Pratiwi & Madanacaragni, 2020). Kegiatan promosi suatu destinasi wisata dengan menggunakan instagram mampu meningkatkan kunjungan ke tempat wisata yang sebelumnya tidak diketahui oleh masyarakat (Nugraha & Dami, 2021). Salah satu contoh

### **Nivedana: Journal of Communication and Language**

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri  
Volume 5, Number 4, December 2024 / nivedana@radenwijaya.ac.id

kawasan wisata yang menggunakan media instagram untuk mempromosikan destinasi wisata yaitu kawasan wisata Taman Balekambang Surakarta.

Taman Balekambang merupakan sebuah ruang terbuka hijau yang menjadi salah satu paru-paru di tengah kota Surakarta, yang didalamnya terdapat banyak pohon-pohon besar yang rindang dan sejuk. Taman ini merupakan taman peninggalan KGPAA Mangkunegoro VII, yang dibangun pada 26 Oktober 1921 untuk kedua putrinya yaitu GRAY Partini Husein Djayaningrat dan GRAY Partinah Sukanta, dan di dalam taman ini terbagi menjadi dua area seperti Taman Air Partini yang difungsikan sebagai penampungan air dan area bermain wahana air, sedangkan area Partinah Bosch digunakan sebagai area resapan air serta menjadi kawasan hijau kota ([pariwisatasolo.surakarta.go.id/](http://pariwisatasolo.surakarta.go.id/), 2019).

Kawasan wisata Taman Balekambang dimultifungsikan sebagai taman seni dan budaya, taman botani, taman edukasi, serta taman rekreasi (Mintardjo, 2022). Beberapa fungsi tersebut, sebagai taman seni dan budaya karena di Balekambang menjadi salah satu tempat untuk mewadahi bakat kesenian seperti Kethoprak dan Sendratari Ramayana. Sebagai taman botani karena banyak dijumpai pohon-pohon yang rindang, asri, dan sejuk, salah satu pohon yang tumbuh ditaman yaitu pohon beringin yang sudah berusia satu abad. Dan sebagai taman edukasi karena banyak wahana anak untuk bermain dan belajar baik di area danau maupun area taman yang dijadikan sebagai hutan kota. Sedangkan taman rekreasi, yaitu para pengunjung dapat berjalan-jalan, berburu spot foto, bersantai dan melakukan kegiatan lainnya. Tidak sebatas taman, akan tetapi pengunjung dapat berinteraksi dengan berbagai hewan seperti rusa dan burung merak, aktivitas memancing, edukasi anak, bermain wahana air, menyaksikan kesenian budaya seperti kethoprak dan sendratari ramayana, berburu spot foto, dan aktivitas lainnya (Panjawa & Prakoso, 2019).

Dengan demikian, Taman Balekambang memiliki banyak aspek daya tarik, baik dari sudut pandang sejarah, budaya, maupun lingkungan. Taman Balekambang memiliki sejarah panjang, berasal dari era kolonial. Berkenaan dengan lingkungan, Taman Balekambang merupakan ruang hijau yang penting di tengah kota Solo. Taman Balekambang berperan melestarikan nilai budaya dan tradisi Jawa seperti kesenian kethoprak dan sendratari ramayana yang masih tetap lestari di kawasan wisata Taman Balekambang. Selain itu, penggunaan instagram oleh pengelola sebagai media promosi menjadi aspek yang penting dalam memasarkan sebuah destinasi wisata.

### **Nivedana: Journal of Communication and Language**

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri  
Volume 5, Number 4, December 2024 / [nivedana@radenwijaya.ac.id](mailto:nivedana@radenwijaya.ac.id)

Strategi komunikasi promosi melalui penggunaan media sosial salah satunya instagram dikelola oleh unit pelaksana teknis Taman Balekambang yang tujuannya sebagai sarana promosi wisata dan kegiatan budaya yang ditawarkan. Hal ini, termuat dalam konten instagram yang memuat promosi wisata yang diukur dari jenis konten yang diposting, frekuensi posting serta penggunaan hastag. Jumlah pengikut instagram juga terus menaik seiring dari perkembangan waktu (Taman Balekambang Solo, 2022). Maka kegiatan promosi dapat diartikan sebagai serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk memperkenalkan dan menarik wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi wisata. Melalui instagram, daya tarik Taman Balekambang dapat dipromosikan secara luas sehingga dapat meningkatkan jumlah wisata untuk berwisata (Wulandari et al., 2021).

Konsep e-marketing merupakan penggunaan sumber media elektronik sebagai media utama yang berbasis internet (Kotler & Keller, 2010). Diharapkan dengan promosi melalui media sosial maka dapat menimbulkan ketertarikan, perhatian dan mendorong konsumen terhadap produk atau jasa yang dipromosikan (Andriyani et al., 2021). Dengan dasar hal tersebut menjadikan Taman Balekambang melakukan promosi dengan media instagram akan dikenal banyak masyarakat untuk mengunjunginya dan mudah untuk menyampaikan informasi kepada banyak orang serta mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung (Budiman et al., 2019; Dewa & Safitri, 2021). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan instagram yang digunakan untuk media promosi Taman Balekambang serta untuk mengetahui kendala Taman Balekambang melakukan promosi wisata menggunakan instagram.

Beberapa kajian sebelumnya untuk pembaharuan penelitian yang membahas Instagram sebagai promosi wisata antara lain melalui, yaitu pertama, kajian oleh Yudha Eka Nugraha dan Kresna Dami tahun 2021 yang berjudul pariwisata Pantai Liman dengan pemanfaatan media sosial (studi kasus pada akun instagram @pantailimansemau) oleh Nugraha & Dami (2021). Menjelaskan kegiatan promosi wisata dengan penggunaan media sosial yaitu youtube dan facebook. Pihak pengelola memanfaatkan media sosial instagram untuk media promosi Pantai Liman dengan memanfaatkan fitur yang ada dalam instagram, fitur-fitur yang sering digunakan dalam promosi adalah hashtag. Dengan menggunakan media promosi instagram, menjadikan wisata Pantai Liman banyak dikenal masyarakat. Studi lain kajian oleh Mafulla et al., (2021) yang berjudul efektivitas media sosial instagram sebagai strategi promosi online kawasan wisata Pacet

Mojokerto. Penelitian menjelaskan mengenai media sosial instagram menjadi media yang cukup efektif untuk digunakan sebagai media promosi kawasan wisata Pacet. Media instagram juga telah banyak digunakan oleh para pengguna internet, menjadikan mudah pengunjung untuk mengunjungi wisata Pacet Mojokerto.

Selanjutnya kajian Pratiwi & Madanacaragni (2020), dengan judul instagram sebagai media promosi festival pariwisata Kota Bogor (studi etnografi virtual pada akun @cgmbogor\_fest). Penelitian ini menjelaskan mengenai bahwa akun instagram @cgmbogor\_fest telah melakukan promosi dengan media instagram sebagai upaya untuk mengajak masyarakat dapat mengetahui dan untuk meningkatkan orang-orang yang berkunjung untuk menyaksikan festival yang telah terselenggara dan pihak mengelola postingan dengan menerapkan fitur instagram yang tersedia. Dan kajian oleh Zuliana et al. (2023) dengan judul strategi komunikasi pemasaran akun instagram @tembilahan.kuliner sebagai media paid promote UMKM di Kota Tembilahan. Hasil kajian ditemukan bahwa strategi komunikasi pemasaran (promotion mix) telah berhasil dilakukan sehingga meningkatkan minat para konsumen untuk memakai jasa paid promote yang telah disediakan oleh akun instagram @tembilahan.kuliner, sehingga secara langsung dapat membantu mempromosikan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tembilahan.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yaitu mendeskripsikan atau menggambarkan hasil penelitian yang diperoleh dengan menggunakan tulisan atau kata-kata yang diperoleh dari hasil wawancara terhadap objek penelitian yang dituju. Tempat penelitian yaitu Taman Balekambang yang beralamat Jl. Balekambang No. 1, Manahan, Banjarsari, Solo, Jawa Tengah. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April hingga Agustus tahun 2022. Adapun sebagai informan yaitu pimpinan Unit Pelaksana Teknis (UPT) Taman Balekambang Dinas Pariwisata, admin resmi akun instagram Taman Balekambang, pegawai Information Technology (IT) berjumlah 4 orang yaitu data, editing promosi dan petugas fotografi.

Dalam penelitian ini, terdapat tiga metode pengumpulan data untuk menggali informasi secara lengkap sesuai kebutuhan, yaitu sebagai berikut: pertama, observasi yaitu melakukan pengamatan baik di Taman Balekambang dan analisa dari update postingan di Instagram Taman Balekambang. Kedua, melakukan wawancara mendalam dengan pimpinan unit dan sejumlah

## **Nivedana: Journal of Communication and Language**

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri  
Volume 5, Number 4, December 2024 / nivedana@radenwijaya.ac.id

pegawai yang mengelola instagram dan ketiga, melalui dokumentasi, yaitu penggunaan literatur seperti buku laporan sebagai pendukung yang dimiliki pengelola Taman Balekambang. Dalam menjaga validitas data maka digunakan uji validitas data menggunakan metode triangulasi. Selanjutnya dalam teknik analisa data menggunakan pertama, reduksi data yaitu dilakukan untuk menganalisis data mentah menjadi data yang lebih lengkap dan mudah untuk disajikan. Kedua, penyajian data yaitu penyajian data yang diperoleh dari hasil lapangan dapat disajikan menjadi suatu deskripsi atau narasi yang menggunakan bahasa yang ringan serta mudah untuk dipahami. Ketiga, penarikan kesimpulan yaitu dalam penarikan kesimpulan mengenai makna atau isi data yang telah didapatkan peneliti di lapangan (Sugiyono, 2015).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Akun instagram resmi Taman Balekambang dibuat oleh tim information technology (IT) Taman Balekambang sejak tahun 2019. Akun instagram milik Taman Balekambang dapat mudah dicari di halaman pencarian instagram yaitu @balekangsolo. Jumlah followers atau pengikutnya mencapai 6.356 dan terdapat 330 postingan termasuk foto dan video yang terupdate pada April 2022.

Taman Balekambang mengusung konsep outdoor atau luar ruangan dengan spot foto yang indah dan sangat cocok untuk diposting para pengunjung di media sosial masing-masing khususnya media instagram. Terdapat spot-spot foto yang menarik yang menjadi andalan bagi pengunjung untuk mengabadikan momen atau mengambil gambar, seperti ikon Balekambang, open stage atau panggung terbuka, patung Partini Tuin dan Partinah Bosh, area air, area hutan, penangkaran satwa dan lainnya yang terdapat di taman ini. Ditambah lagi Taman Balekambang mempunyai background nuansa pepohonan yang sejuk serta asri menjadikan gambar yang diperoleh menjadi bagus dan bernuansa alami.

Konten-konten yang diposting di instagram juga dipilih yang bagus berisi ajakan untuk berkunjung ke taman, informasi, konten yang mengedukasi, sopan, serta tidak mengandung suku, agama, ras dan antargolongan (sara). Sebelum konten berupa foto atau video diposting, pegawai tim IT berdiskusi terlebih dahulu mengenai konten tersebut layak atau tidak untuk diposting dan dilihat oleh banyak orang. Terdapat juga jadwal atau jam-jam tertentu untuk memposting konten ke instagram Taman Balekambang.

## **Nivedana: Journal of Communication and Language**

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri  
Volume 5, Number 4, December 2024 / nivedana@radenwijaya.ac.id

Dalam satu minggu tim IT Taman Balekambang dapat memposting konten-konten baik foto ataupun video di instagram sebanyak 2-3 kali tergantung ada suatu event atau informasi terkait yang ada di Taman Balekambang. Sebelum konten diunggah, tentunya disini tim IT berperan penting dan bekerja sama menyiapkan ide konten, mengambil gambar yang bagus, mengedit konten, dan mengunggahnya ke media sosial. Misalnya ada event Ramayana atau event lainnya tim IT juga menyiapkan video teaser, flyer atau video cuplikan sekilas untuk bisa dipromosikan kepada masyarakat untuk berkunjung ke Taman Balekambang.

### **Temuan Penelitian**

Kawasan wisata Taman Balekambang merupakan suatu tempat untuk berwisata santai yang berkonsep outdoor atau luar ruangan yang suasananya asri, sejuk dan tenang. Taman ini menjadikan pilihan banyak orang untuk bersantai, jalan-jalan, dan kegiatan lainnya. Taman Balekambang tidak sekedar taman saja yang menyuguhkan pemandangan alam berupa pepohonan dan nuansa hijau yang menyegarkan mata, akan tetapi terdapat beberapa keunggulan sebagai berikut :

#### **Melekatnya Unsur Sejarah**

Taman Balekambang dibagi menjadi 2 wilayah yaitu Taman air atau Partini Tuin yang difungsikan sebagai penampungan air, wahana air, serta untuk aktifitas memancing ikan dengan sistem “mancing candak culke atau mancing tangkap lepas”. Dengan menggunakan sistem tersebut pengunjung tidak boleh membawa ikan hasil pancingannya dibawa pulang, harus dikembalikan lagi untuk menjaga kelestarian dari jenis tersebut.

Wilayah yang kedua yaitu area Partinah Bosch atau hutan kota dengan suasana yang asri dan sejuk. Di area ini pengunjung yang datang akan menjumpai berbagai jenis pohon yang menjulang tinggi dan berdiameter besar-besar, salah satu jenisnya adalah pohon beringin yang sudah hidup sekitar 100 tahun yang lalu. Tidak hanya akan menjumpai pohon-pohon saja, akan tetapi di area ini juga terdapat patung Partinah Bosch, area bermain anak, tempat bersantai, dan open stage atau panggung terbuka yang ada disebelah utara pintu masuk. Pengunjung dapat mengabadikan momen baik foto ataupun video dengan background pepohonan hijau yang asri.

#### **Adanya Rusa Menjadi Ikonik**

Taman Balekambang mempunyai beberapa satwa yang ada di dalamnya seperti kalkun, merak, angsa, serta rusa. Hewan bertanduk dan berkaki empat yang bernama rusa ini menjadi ikon

### **Nivedana: Journal of Communication and Language**

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri  
Volume 5, Number 4, December 2024 / nivedana@radenwijaya.ac.id

di Taman Balekambang. Ada banyak rusa yang ditangkarkan disana, sebagian tetap dikandang dan yang sebagian dilepas di area taman. Rusa menjadi ikon karena kandang rusa berada di dekat parkir dan sebelum pintu masuk, otomatis pengunjung yang baru datang langsung terfokus pada rusa dan pengunjung bisa mengambil gambar ataupun memberi makan. Untuk rusa yang dilepas di taman, pengunjung bisa berinteraksi dengan rusa secara langsung baik memegangnya, memberi pakan, kejar-kejaran dengan rusa, dan bisa juga membuat konten yang menarik dengan rusa.

#### Wadah Pelestari Budaya

Taman Balekambang tidak hanya berfungsi sebagai tempat rekreasi atau tempat bersantai saja, akan tetapi Taman Balekambang juga menjadi salah satu tempat wisata yang menampung kesenian atau sebagai wadah pelestari budaya. Terdapat kesenian kethoprak dan sendratari ramayana yang masih eksis serta terjaga sampai sekarang ini. Sejak dahulu, Taman Balekambang sudah menjadi suatu tempat untuk menampung kesenian yang ada seperti srimulat, menari, keroncong, kethoprak dan sendratari ramayana. Untuk seni kethoprak dan sendratari ramayana sampai sekarang ini masih rutin dipentaskan di Taman Balekambang dan termasuk wisata unggulan yang banyak wisatawan datang untuk menyaksikannya.

Jadwal kethoprak itu dipentaskan setiap 1 minggu sekali pada malam minggu di gedung kesenian Taman Balekambang. Sedangkan sendratari ramayana dipentaskan setiap 1 bulan sekali di bulan purnama dan dipilih harinya yaitu malam sabtu di panggung terbuka atau open stage. Antusias wisatawan untuk menyaksikan keduanya itu sangat luar biasa tidak hanya dari masyarakat Surakarta saja, namun dari berbagai daerah lainnya. Sebelum hari H pementasan, pegawai Balekambang akan membagikan link pemesanan tiket online untuk pengunjung yang ingin menyaksikan secara langsung ditempat. Dan bagi pengunjung yang tidak kebagian tiket, bisa menyaksikan secara live streaming youtube di chanel nya @BalkamTV, @GibranTV, dan @Pariwisatasolo.

#### Open Stage atau Panggung Terbuka

Taman Balekambang mempunyai open stage atau panggung terbuka yang berada di sebelah utara pintu masuk. Panggung terbuka ini yang biasanya digunakan untuk pementasan sendratari ramayana di setiap bulannya dengan cerita atau lakon yang berbeda-beda. Open stage atau panggung terbuka mempunyai kapasitas tempat duduk para wisatawan bisa menampung kurang

### **Nivedana: Journal of Communication and Language**

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri  
Volume 5, Number 4, December 2024 / nivedana@radenwijaya.ac.id

lebih 3000 pengunjung sekaligus. Terdapat panggung besar yang berada ditengah-tengah, ada tempat duduk penonton berundak-undak yang mengelilingi panggung, ada sejenis pendopo untuk menata gamelan atau musik iringan, disamping pendopo juga terdapat ruang ganti dan berias para pemain. Suasana di open stage juga terasa asri dan rindang karena terdapat beberapa pohon yang besar-besar. Banyak juga yang menjadikan open stage sebagai tempat background prewedding dan lain sebagainya.

#### Kolam Mancing Tangkap Lepas

Kolam yang ada di Taman Balekambang menjadi sebuah keunggulan karena kolam ini yang dulunya menjadi tempat bermain dan tempat pemandian anggota kerajaan saja. Namun dengan seiringnya waktukolam ini beralih fungsi menjadi tempat wahana air dan tempat pemancingan yang seru. Siapapun diperkenankan memancing, namun ikan hasil pancingan tidak boleh dibawa pulang. Maka dari itu, pemancingan disini dinamakan “mancing candak culke” atau mancing tangkap lepas. Dikarenakan ikan yang ada di kolam termasuk jenis ikan predator tidak boleh dibawa pulang untuk melestarikan jenis ikan tersebut. Para pemancing juga dapat mengambil gambar atau berfoto bersama ikan hasil tangkapan tersebut selama beberapa detik setelah itu ikan harus dilepaskan ke kolam kembali. Untuk alat pancing dan umpan bisa membawa sendiri dan dapat juga menyewa di tempat yang disediakan. Di kolam ini juga setiap 1 tahun sekali diadakan lomba memancing yang diikuti oleh banyak peserta baik dari dalam maupun dari luar kota.

#### Beragam Event atau Kegiatan

Selain keunggulan yang telah disebutkan diatas, Taman Balekambang juga mempunyai keunggulan lain yaitu banyak event atau acara. Baik dari event rutin yang mengadakan Balekambang sendiri atau bahkan dari event yang berasal dari luar. Untuk event yang diadakan oleh Balekambang sendiri meliputi kesenian kethoprak, sendratari ramayana, bakdan ing Balekambang, hari jadi Balekambang dan lain-lain. Sedangkan untuk event dari luar Balekambang seperti festival payung, reog ponorogo, festival musik, lomba memancing, dan sebagainya. Event yang diselenggarakan di Taman Balekambang membuat ramai para pengunjung untuk datang menyaksikan secara langsung.

Taman Balekambang menjadi salah satu tempat wisata yang menjadi pilihan banyak pengunjung khususnya warga masyarakat Surakarta untuk mengadakan acara. Dikarenakan

### **Nivedana: Journal of Communication and Language**

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri  
Volume 5, Number 4, December 2024 / nivedana@radenwijaya.ac.id

Taman Balekambang tempatnya luas, nyaman dan asri menjadikan taman ini untuk mengadakan suatu acara. Misalnya acara garden party atau pesta kebun, ulang tahun, kumpul keluarga atau teman, wedding, senam bersama, outbond anak-anak sekolah, acara kelas, acara komunitas dan acara-acara lainnya. Hampir semua acara dapat diselenggarakan di Taman Balekambang, dengan syarat meminta izin ke pengelola dan membayar sewa lahan atau pajak yang sudah ditentukan. Keunggulan ini yang kemudian dipromosikan melalui media sosial sebagai daya tarik pengunjung dan untuk datang kembali (Aprielianty & Sudradjat, 2023; Nasution et al., 2022).

### **Analisis Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Taman Balekambang**

Hadirnya berbagai berbagai media sosial sangat membantu banyak kalangan dalam kehidupan sehari-hari baik untuk mencari informasi, menjalin komunikasi, sumber referensi, atau sebagai media promosi. Media sosial yang akhir-akhir ini banyak digunakan oleh masyarakat untuk berbagai aktivitas dalam keseharian yaitu media instagram. Penggunaan instagram merupakan sebuah aplikasi media sosial yang menggunakan jaringan internet untuk mengaksesnya. Disamping itu, instagram berguna untuk mendorong promosi sebuah tempat menjadi tujuan wisata (Dwi & Kurniawati, 2017).

Instagram marketing sebagai salah satu strategi pemasaran dalam digital marketing ini dapat dengan mudah digunakan oleh semua kalangan baik untuk memposting foto atau video, mencari referensi, bahkan untuk media promosi (Lontoh, 2020). Dalam hal ini adalah tempat wisata yang ada di Surakarta yaitu kawasan wisata Taman Balekambang yang menggunakan media instagram. Taman Balekambang juga mempunyai akun resmi Instagram yang bertujuan untuk melakukan mempromosikan, ajakan, atau memberikan informasi kepada masyarakat luas agar dapat berkunjung ke Taman Balekambang. Hal ini sesuai dengan Chaffey (2015) bahwa digital marketing adalah penerapan teknologi untuk memperoleh objek pemasaran sebagai jawaban atas proses manajemen untuk pengidentifikasian, pengendalian dan pemenuhan ekspektasi pelanggan dalam perspektif tujuan yang menguntungkan.

Dalam kegiatan mempromosikan wisata Taman Balekambang pihak pengelola beserta Tim IT memanfaatkan fitur-fitur yang ada di instagram untuk menunjang hasil konten berupa foto dan video menjadi lebih bagus dan menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan. Bentuk dari pemanfaatan instagram sebagai media promosi Taman Balekambang yaitu dengan cara memanfaatkan fitur-fitur yang ada serta menjadikan konten-konten yang diunggah menjadi konten

### **Nivedana: Journal of Communication and Language**

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri  
Volume 5, Number 4, December 2024 / nivedana@radenwijaya.ac.id

yang instagramable. Berikut pemanfaatan fitur-fitur instagram sebagai media promosi Taman Balekambang :

#### Fitur Foto dan Video

Untuk fitur foto dan video yang akan diunggah di instagram, perlu diperhatikan bahwa kualitas konten yang berupa foto dan video menarik atau tidak untuk diposting dalam akun instagram Taman Balekambang. Konten yang diposting dalam akun instagram Taman Balekambang yaitu foto dan video yang berkonsep outdoor atau luar ruangan. Konten yang telah tersaji baik foto atau video dalam akun instagram @balekambangsolo yaitu berupa pemandangan yang asri serta sejuk, patung Partini Tuin dan Partinah Bosh, tempat ayunan beserta tempat duduk, kolam pemancingan, open stage atau panggung terbuka, penangkaran rusa dan spot foto menarik lainnya.



Sumber: (Taman Balekambang Solo, 2022c)

Gambar 1. Konten Instagram Taman Balekambang

#### Deskripsi Foto & Video atau Captions

Untuk pemanfaatan fitur keterangan atau captions dalam postingan akun instagram @balekambangsolo, selain konten yang menarik pihak Taman Balekambang juga memperhatikan deskripsi atau captions. Pemilihan bahasa yang sopan dan menarik untuk dibaca oleh semua pengguna instagram harus diperhatikan, dan pihak Taman Balekambang juga menggunakan captions anak muda yang gaul mengikuti trend jaman sekarang.

#### Fitur instagram stories

### Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri  
Volume 5, Number 4, December 2024 / nivedana@radenwijaya.ac.id

Merupakan salah satu fitur yang tersedia di instagram untuk para pengguna dapat memposting sebuah konten yang berupa foto atau video kedalam insta story yang dapat dilihat oleh banyak orang pengguna instagram. Insta story dapat bertahan selama 24 jam tidak hilang dan dapat dilihat oleh banyak orang. Untuk para pengunjung atau followers Taman Balekambang yang sedang berkunjung ke taman ini dan membuat konten yang menarik diposting serta menandai akun resmi Taman Balekambang, maka akan di reply ulang.

Selanjutnya konten yang dibuat oleh pengunjung tersebut di reply atau diunggah kembali oleh pihak pengelola atau admin instagram Taman Balekambang. Dengan hal tersebut menjadikan insta story yang diposting banyak orang yang mengetahuinya dan pengunjung yang lainnya mempunyai keinginan untuk datang berkunjung ke Taman Balekambang.



Sumber: (Taman Balekambang Solo, 2022e)

Gambar 2. Instagram story Balekambang

### Hashtag (#)

Untuk fitur hashtag yang ada di instagram dimaksudkan untuk mempermudah pengguna lain menemukan referensi dan melihat konten baik foto atau video yang sudah diposting. Taman Balekambang juga memanfaatkan hashtag dalam postingan di akun resmi instagram @balekambangsolo, misalnya dengan menggunakan #tamanbalekambangsolo, #pariwisatasolo, dan hashtag lainnya yang masih berhubungan dengan pariwisata. Penggunaan hashtag tersebut menjadikan lebih mudah untuk followers atau pengunjung yang akan datang bisa melihat postingan yang lainnya mengenai wisata Taman Balekambang.

## Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri  
Volume 5, Number 4, December 2024 / nivedana@radenwijaya.ac.id



Sumber: (Taman Balekambang Solo, 2022a)

Gambar 3. Hastag-hastag yang digunakan dalam postingan instagram

### Mentions (@)

Penggunaan fitur mentions juga sangat membantu dalam kegiatan promosi oleh pihak Taman Balekambang untuk menambah pengunjung yang datang ke taman tersebut. Dengan menambahkan tanda arroba (@) pada postingan dapat memperluas jaringan kepada banyak orang. Pengunjung yang datang dan memposting ke instagram serta menyertakan mentions terhadap akun yang lain, otomatis pengguna instagram yang lain bisa tertarik untuk berkunjung juga ke Taman Balekambang.



Sumber: (Taman Balekambang Solo, 2022b)

Gambar 4. Postingan konten yang menggunakan mentions (@)

## Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri  
Volume 5, Number 4, December 2024 / nivedana@radenwijaya.ac.id

## Video Reels

Fitur video reels merupakan fitur terbaru yang ada di instagram, yang dimana semua pengguna instagram dapat melihat dan membuat berbagai video menarik dengan berbagai tema yang dibuat oleh orang lain. Pihak pengelola Taman Balekambang juga tidak ketinggalan untuk memanfaatkan fitur terbaru yang ada di instagram yaitu video reels. Fitur ini dimanfaatkan oleh pihak pengelola untuk membuat konten-konten yang menarik mengenai promosi yang ada di Taman Balekambang. Baik dari konten sejarah taman, ajakan ke taman, serta kegiatan menarik lainnya yang bisa dilakukan di taman tersebut. Kelebihan dari video reels ini yaitu orang yang belum mengikuti instagram @balekambangsolo bisa melihat konten yang ada dan dapat menarik perhatian pengunjung untuk datang ke Taman Balekambang.

Dengan demikian, fitur-fitur instagram berfungsi sebagai media promosi bagi Taman Balekambang. Hal ini sesuai dengan Carr dan Hayes dalam Santoso, 2018 bahwa sosial media berarti media berbasis internet yang memungkinkan user dapat berkesempatan berinteraksi dan mempresentasikan diri, baik langsung maupun tidak langsung dengan khayalak luas melalui pesan teks, gambar, audio hingga video saling berbagi dan membangun jaringan.

### **Kendala Promosi Wisata Taman Balekambang Dalam Menggunakan Instagram.**

Pengelola Taman Balekambang melakukan promosi wisata menggunakan media sosial salah satunya yaitu instagram. Dipilihnya instagram sebagai media untuk melakukan promosi karena informasi yang akan disampaikan bisa mengenai banyak sasaran, lebih mudah, dan hemat biaya. Meskipun demikian, Taman Balekambang terdapat beberapa kendala untuk melakukan kegiatan promosi melalui instagram sebagai berikut :

#### Manajemen Sumber Daya Manusia

Taman Balekambang mempunyai beberapa tim IT yang menjadi ujung tombak melakukan promosi dan publikasi kepada masyarakat. Tim IT mempunyai tugas masing-masing seperti mencari konten, editing konten, setting kamera, membuat video pendek atau teaser, mencari momen untuk bahan konten dan lain sebagainya. Dari semua hal tersebut dilakukan untuk membantu kegiatan promosi agar menarik para pengunjung datang ke Taman Balekambang. Beberapa temuan bahwa seringkali tim IT terkadang mempunyai rasa malas atau kurang semangat dalam menjalankan tugas yaitu dalam mengupdate konten sebagai kegiatan promosi. Maka seingkali mendapatkan pengawasan, arahan, serta semangat dari pimpinan agar para tim IT tidak

## **Nivedana: Journal of Communication and Language**

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri  
Volume 5, Number 4, December 2024 / nivedana@radenwijaya.ac.id

lupa akan tugasnya yaitu untuk mempromosikan Taman Balekambang.

#### Alat Live Streaming yang Belum Memadai

Dalam hal promosi Taman Balekambang pastinya membutuhkan alat atau perlengkapan untuk melakukan promosi baik untuk live streaming youtube atau untuk melakukan posting konten ke instagram. Alat dan perlengkapan untuk melakukan kegiatan promosi telah didukung atau difasilitasi dari pemerintah kota, seperti kamera, laptop, tripod atau penyangga kamera dan lain sebagainya. Namun alat-alat yang telah disediakan belum memadai karena masih bongkar pasang atau belum satu paket langsung yang dapat digunakan.

#### Isi Konten Dapat Menarik Pengunjung

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola Taman Balekambang terus menerus dilakukan dengan jadwal posting konten 2-3 kali dalam satu minggu sesuai acara yang ada di taman tersebut. Untuk isi konten yang akan diposting di instagram resmi @balekambangsolo tidak boleh yang mengandung sara, tidak sopan dan hal kurang bagus lainnya. Dikarenakan Taman Balekambang terikat dengan pemerintah kota yang dituntut untuk memposting konten-konten yang menarik dan dapat dilihat oleh berbagai kalangan. Dari hal tersebut tim IT dan pengelola taman harus benar-benar menyeleksi serta mengamati dengan seksama mana konten yang layak atau tidak layak diposting ke instagram dan konten yang dapat menarik pengunjung untuk berkunjung ke Taman Balekambang.

### **KESIMPULAN**

Taman Balekambang Surakarta merupakan salah satu tempat wisata yang mempunyai daya tarik dari sudut pandang sejarah, budaya maupun lingkungan. Unit pelaksana teknis Taman Balekambang mempunyai akun resmi instagram yaitu @balekambangsolo. Konten instagram Taman Balekambang terdapat postingan yang menarik berupa informasi, ajakan, edukasi serta motivasi mengenai Taman Balekambang. Instagram Taman Balekambang memanfaatkan fitur-fitur yang sudah disediakan oleh instagram. Penggunaan instagram sebagai komunikasi media promosi ditinjau dari aspek konten promosi wisata, aspek pengguna serta dampak secara ekonomi yaitu mendatangkan pengunjung. Adapun fitur-fitur instagram yang dapat mendukung kegiatan promosi Taman Balekambang meliputi fitur foto dan video, captions, instagram stories atau instgram story, hashtag, mentions, dan video reels.

### **Nivedana: Journal of Communication and Language**

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri  
Volume 5, Number 4, December 2024 / nivedana@radenwijaya.ac.id

Taman Balekambang mempunyai beberapa keunggulan didalamnya seperti melekatnya unsur sejarah dan menjadi paru-paru kota, rusa menjadi ikonik, wadah pelestari budaya, open stage/ panggung terbuka, kolam mancing tangkap lepas, dan mempunyai banyak event. Dari beberapa keunggulan yang dimiliki oleh Taman Balekambang menjadikan pantas untuk dipromosikan dan taman ini menjadi obyek wisata pilihan banyak orang untuk berkunjung. Selain terdapat keunggulan, Taman Balekambang juga mempunyai beberapa kendala promosi di instagram antara lain kendala dalam manajemen sumber daya manusia, alat-alat live streaming yang belum memadai, dan isi konten yang bisa menarik pengunjung. Beberapa kendala serta tantangan untuk mempromosikan Taman Balekambang melalui instagram, yaitu alat dan perlengkapan untuk membuat konten live streaming belum memadai. Dan tantangan tim IT untuk membuat serta menyeleksi konten menarik agar dapat menarik kunjungan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andriyani, K., Yuliar, A., & Raqib, M. (2021). Promosi Produk Di Era Digitalisasi Terhadap Minat Masyarakat Berumrah Pada Biro Hajar Aswad Mubaroq Surakarta. *ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 12(1), 131. <https://doi.org/10.24235/orasi.v12i1.7924>
- Aprielianty, R. T., & Sudradjat, R. H. (2023). Pengaruh Online Sales Promotion Terhadap Loyalitas Pelanggan Erha Dermatology. *JRMDK: Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi*, 05(2), 75–88.
- Budiman, Arif, E., & Roem, E. R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Perpusda Kabupaten Belitung Timur. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 3(1), 34–44.
- Chaffey, D. (2015). *Digital Business and E-Commerce Management Strategy, Implementation, and Practice*. P. E. Limited, ed.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65–71. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>
- Dwi, W., & Kurniawati, N. (2017). Pemanfaatan Instagram oleh Komunitas Wisata Grobogan. *Komuniti*, 8(2), 127–143.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2010). *Marketing Management* (14 ed.). Prentice Hall.
- Kurniawan, P. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh Puguh Kurniawan Universitas Trunojoyo Madura. *Kompetensi*, 11(2), 217–225. <http://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/3533>
- Lontoh, J. K. T. L. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bagi Pengembangan Pemasaran Wisata Danau Linow Di Kota Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(4), 11–20. <https://doi.org/10.35794/emba.v8i4.30435>
- Mafiroh, F. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Oleh Akun @tamanwisatagenilangit*

## Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri  
Volume 5, Number 4, December 2024 / [nivedana@radenwijaya.ac.id](mailto:nivedana@radenwijaya.ac.id)

- Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Taman Wisata Geni Langit.* IAIN Ponorogo.
- Mafulla, D., Hestianah, S., & Kholik, A. (2021). Efektifitas Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Promosi Online Kawasan Wisata Pacet Mojokerto. *El-idaarah (Jurnal Manajemen)*, 1(2), 1–8.
- Mintardjo, B. H. (2022). Implementasi Sapta Pesona Di Taman Balekambang Surakarta. *NAWASENA : Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 1(2), 01–11. <https://doi.org/10.56910/nawasena.v1i2.98>
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Astuti, R. (2022). Pemasaran Digital Terintegrasi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 23(2), 162–176.
- Nugraha, Y. E., & Dami, K. (2021). Upaya Promosi Pariwisata Pantai Liman Dengan Pemanfaatan Media Sosial (Studi Kasus Pada Akun Instagram @pantailimansemau). *Journey : Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management*, 4(1), 169–194.
- Panjawa, J. L., & Prakoso, J. A. (2019). Perspektif Masyarakat Terkait Penyediaan Taman Kota Sebagai Ruang Publik Menggunakan GAP Analisis (Studi Kasus Taman Balekambang Surakarta). *Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers Fakultas Ekonomi Universitas Tidar*, 527–539.
- pariwisatasolo.surakarta.go.id/. (2019). *Santai Di Taman Balekambang*. <https://pariwisatasolo.surakarta.go.id/destinations/santai-di-taman-balekambang/>
- Pratiwi, A., & Madanacaragni, M. G. (2020). Instagram Sebagai Media Promosi Festival Pariwisata Kota Bogor (Studi Etnografi Virtual Pada Akun @cgmbogor\_fest). *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 117–145.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Soleha, F., Susanti, N., & Jailani, M. (2023). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Wisata Bukit Indah Simarjarunjung Danau Toba. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 2(3), 963–972. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i3.703>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Taman Balekambang Solo. (2022). *Festival Balekambang 2022*. @balekambangsolo. [https://www.instagram.com/balekambangsolo?utm\\_source=ig\\_web\\_button\\_share\\_sheet&igsh=ZDNIZDc0MzIxNw==](https://www.instagram.com/balekambangsolo?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNIZDc0MzIxNw==)
- Wulandari, R., Yuliar, A., & Widyaningsih. (2021). Pengaruh Potensi Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Hutan Pinus Pasekan Wonogiri. *Jurnal Kajian Pariwisata dan Bisnis Perhotelan*, 2(3), 324–329.
- Zuliana, S., Rafdeadi, R., & Sitorus, S. H. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Akun Instagram @tembilahan.kuliner Sebagai Media Paid Promote UMKM di Kota Tembilahan. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi*, 5(1). <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/jrmdk/article/view/23155>