

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM  
MEMPROMOSIKAN PARIWISATA PULAU BANGKA  
(Studi Kasus Pada Akun Instagram @tic\_bangka)**

**FELIA AGNI LESTARI**

**ABSTRAK**

Pulau Bangka merupakan salah satu destinasi pariwisata yang kaya akan keindahan alam terutama wisata baharinya. Namun, akibat dari pandemi, kunjungan wisatawan ke Pulau Bangka mengalami penurunan. Pembatasan sosial yang diterapkan pemerintah semakin berdampak pada sektor pariwisata. Hal ini mendorong pemerintah daerah melakukan upaya pemulihan melalui media sosial. Instagram dianggap sebagai sarana efektif untuk melakukan promosi pariwisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram @tic\_bangka dalam mempromosikan pariwisata Pulau Bangka. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dalam menetapkan informan. Enam informan yang terlibat dalam penelitian ini mencakup pemerintah daerah, admin akun @tic\_bangka, pelancong, masyarakat, duta wisata Bangka, dan pengikut akun. Objek pada penelitian ini adalah akun Instagram @tic\_bangka serta analisis model interaktif Miles dan Huberman digunakan dalam menganalisis data penelitian. Teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @tic\_bangka telah berhasil memanfaatkan beberapa fitur seperti *reels*, *IG Stories*, *feeds*, dan lainnya untuk menciptakan konten pariwisata yang menarik. Kontennya tidak hanya berfungsi sebagai alat visual promosi, tetapi juga sebagai sumber informasi utama bagi calon wisatawan. Instagram @tic\_bangka juga terbukti memiliki peran lainnya selain berperan penting sebagai media promosi, yakni diantaranya membantu meningkatkan jumlah pengunjung, menyediakan informasi destinasi wisata, mempublikasikan kalender *event* pariwisata, serta menjadi *platform* penayangan video dan penyaji konten pariwisata yang mendetail. Namun, beberapa hambatan yang dihadapi seperti keterbatasan anggaran dalam produksi konten, kesalahan penulisan yang memerlukan evaluasi lebih lanjut serta minimnya konten yang dibagikan akibat kekurangan sumber daya manusia dalam keterlibatan proyek.

**Kata Kunci:** Media Sosial, Instagram, Promosi, Pariwisata, Bangka.

**USE OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA  
IN PROMOTING BANGKA ISLAND TOURISM  
(Case Study on Instagram Account @tic\_bangka)**

**FELIA AGNI LESTARI**

**ABSTRACT**

*Bangka Island is a tourism destination that is rich in natural beauty, especially marine tourism. However, as a result of the pandemic, tourist visits to Bangka Island have decreased. Social restrictions implemented by the government are increasingly having an impact on the tourism sector. This encourages local governments to make recovery efforts through social media. Instagram is considered an effective means for promoting tourism. This research aims to find out how the social media Instagram @tic\_bangka is used in promoting Bangka Island tourism. The research method used is descriptive qualitative using a case study approach. Data was collected through interviews, observation and documentation. This research uses a purposive sampling technique to determine informants. The six informants involved in this research included the local government, @tic\_bangka account admin, travelers, the community, Bangka tourism ambassadors, and account followers. The object of this research is the Instagram account @tic\_bangka and the interactive model analysis of Miles and Huberman used in analyzing research data. The data validity technique uses data source triangulation. The research results show that the Instagram account @tic\_bangka has succeeded in utilizing several features such as reels, IG Stories, feeds, and others to create interesting tourism content. The content not only serves as a promotional visual tool, but also as a primary source of information for potential tourists. Instagram @tic\_bangka has also been proven to have other roles besides its important role as a promotional medium, namely helping to increase the number of visitors, providing information on tourist destinations, publishing tourism event calendars, as well as being a video viewing platform and presenting detailed tourism content. However, several obstacles are faced, such as budget limitations in content production, writing errors that require further evaluation and minimal content being shared due to a lack of human resources in project involvement.*

**Keywords:** *Social Media, Instagram, Promotion, Tourism, Bangka.*