



Instagram sebagai Etalase Budaya Lokal: Praktik Komunikasi Pariwisata Budaya pada Akun @jelajahmaumere

<u>INFO PENULIS</u>	<u>INFO ARTIKEL</u>
Lodowik Nikodemus Kedoh Universitas Nusa Nipa jekjoy08@gmail.com 081237966511	ISSN: 2808-1307 Vol. 5, No. 3, December 2025 https://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh
Bertholdus Mariano Moe Padji Universitas Nusa Nipa rianpadji@gmail.com 082247903316	
Viktor Arietyan Sedu Universitas Nusa Nipa Viktorsedu@gmail.com 082117080112	

© 2025 Arden Jaya Publisher All rights reserved

Saran Penulisan Referensi:

Kedoh, L. N., Padji, B. M. M., Sedu, V. A. (2025). Instagram sebagai Etalase Budaya Lokal: Praktik Komunikasi Pariwisata Budaya pada Akun @jelajahmaumere. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5 (3), 5596-5601.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam praktik komunikasi pariwisata budaya yang dijalankan melalui akun Instagram @jelajahmaumere sebagai media representasi sekaligus promosi budaya lokal Kabupaten Sikka. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif, yang menitikberatkan pada analisis konten visual dan naratif berupa foto, video, serta teks pendukung yang merepresentasikan destinasi wisata, aktivitas budaya, tradisi, dan kehidupan masyarakat lokal. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi nonpartisipan terhadap unggahan akun Instagram @jelajahmaumere, dokumentasi konten, serta telaah pustaka sebagai landasan konseptual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @jelajahmaumere secara konsisten memanfaatkan kekuatan visual dan narasi digital sebagai strategi komunikasi untuk membangun citra pariwisata budaya, dengan menempatkan budaya tidak semata-mata sebagai komoditas wisata, tetapi sebagai representasi identitas dan nilai sosial masyarakat setempat. Praktik komunikasi tersebut terbukti mampu memperluas jangkauan informasi pariwisata serta menumbuhkan ketertarikan audiens, meskipun aspek interaksi dua arah dengan pengikut masih memerlukan penguatan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Instagram berperan strategis sebagai etalase digital budaya lokal apabila dikelola melalui strategi komunikasi yang kontekstual, beretika, dan berorientasi pada pelestarian budaya serta pemberdayaan masyarakat lokal.

Kata Kunci: Komunikasi Pariwisata Budaya, Media Sosial Instagram, Budaya Lokal Kabupaten Sikka

Abstract

This study aims to examine in depth the practice of cultural tourism communication carried out through the Instagram account @jelajahmaumere as a medium for representation and promotion of local culture in Sikka Regency. The research employs a qualitative approach with a descriptive design, focusing on the analysis of visual and narrative content in the form of photographs, videos, and supporting texts that represent tourism destinations, cultural activities, traditions, and the daily lives of local communities. Data were collected through non-participant observation of posts on the @jelajahmaumere Instagram account, content documentation, and literature review as a conceptual foundation. The findings indicate that the @jelajahmaumere account consistently utilizes visual elements and digital narratives as a communication strategy to construct the image of cultural tourism by positioning culture not merely as a tourism commodity, but as a representation of local identity and social values. This communication practice has proven effective in expanding the reach of tourism information and fostering audience interest, although the aspect of two-way interaction with followers still requires further enhancement. The study concludes that Instagram plays a strategic role as a digital showcase of local culture when managed through contextual, ethical, and culturally sustainable communication strategies that emphasize the preservation of culture and the empowerment of local communities.

Key Words: Cultural Tourism Communication, Instagram Social Media, Local Culture of Sikka Regency

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi signifikan dalam praktik komunikasi pariwisata, khususnya dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi dan representasi budaya lokal. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai kanal penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang konstruksi makna yang membentuk persepsi publik terhadap suatu destinasi wisata. Instagram, sebagai platform berbasis visual, memiliki kemampuan untuk menampilkan narasi pariwisata melalui kombinasi gambar, video, dan teks yang bersifat persuasif serta mudah diakses oleh masyarakat luas. Kondisi ini menjadikan Instagram sebagai medium strategis dalam komunikasi pariwisata, terutama dalam memperkenalkan dan mempromosikan kekayaan budaya daerah.

Pariwisata budaya merupakan sektor yang erat kaitannya dengan proses komunikasi simbolik, karena budaya tidak hanya dipahami sebagai objek wisata, tetapi juga sebagai representasi identitas, nilai, dan kearifan lokal masyarakat. Oleh karena itu, penyampaian pesan pariwisata budaya memerlukan pendekatan komunikasi yang mampu mengemas aktivitas budaya, tradisi, serta peristiwa sosial secara autentik dan bermakna. Media sosial Instagram menyediakan ruang visual yang memungkinkan budaya lokal dipresentasikan sebagai etalase digital, di mana audiens dapat melihat, memahami, dan membangun ketertarikan terhadap budaya suatu daerah melalui konten yang ditampilkan.

Pada era digital saat ini, media sosial berkembang menjadi salah satu sarana promosi yang sangat efektif dalam memperkenalkan dan memasarkan destinasi wisata. Perubahan pola komunikasi masyarakat menunjukkan bahwa interaksi melalui platform digital lebih dominan dibandingkan komunikasi tatap muka, sehingga media sosial menjadi peluang strategis bagi pengelola pariwisata. Melalui media sosial, informasi mengenai destinasi wisata dapat disebarluaskan secara luas dan cepat, sekaligus menjadi referensi alternatif bagi calon wisatawan dalam menentukan pilihan tujuan perjalanan. Pengelola destinasi dapat membagikan berbagai konten promosi berupa foto dan video, sementara wisatawan yang telah berkunjung turut berkontribusi melalui ulasan dan cerita pengalaman mereka. Interaksi yang terbangun secara langsung antara pengelola dan audiens potensial tersebut berperan dalam membangun ketertarikan, meningkatkan kepercayaan, serta mendorong minat kunjungan wisatawan terhadap suatu destinasi (Silvia & Yuliastina, 2024).

Instagram merupakan salah satu platform media sosial dengan tingkat penggunaan tertinggi di Indonesia dan berada pada peringkat kedua setelah WhatsApp. Penggunaannya tidak hanya terbatas pada aktivitas pribadi, tetapi juga dimanfaatkan secara luas oleh perusahaan serta berbagai institusi, baik formal maupun informal. Sebagai media sosial berbasis visual, Instagram dikembangkan untuk memfasilitasi pengguna dalam memproduksi, membagikan, dan

mendistribusikan konten foto maupun video secara daring. Di samping itu, Instagram berperan sebagai media penyebaran informasi yang mampu menjangkau khalayak dalam skala yang luas (Yustia et al., 2023).

Dalam konteks Kabupaten Sikka, akun Instagram @jelajahmaumere hadir sebagai salah satu media promosi pariwisata yang secara konsisten menampilkan berbagai konten terkait potensi wisata dan budaya lokal. Konten yang diunggah pada akun ini umumnya berisi postingan kegiatan promosi pariwisata, dokumentasi event budaya daerah, pertunjukan seni dan tradisi lokal, festival budaya, serta aktivitas masyarakat yang mencerminkan identitas budaya Kabupaten Sikka. Selain itu, akun @jelajahmaumere juga menampilkan narasi visual mengenai destinasi wisata alam dan budaya yang dikemas melalui foto, video pendek, dan caption naratif yang menekankan nilai keunikan dan daya tarik lokal. Penyajian konten tersebut menunjukkan upaya menjadikan Instagram sebagai ruang komunikasi yang menghubungkan budaya lokal dengan audiens digital, baik masyarakat lokal maupun calon wisatawan.

Instagram merupakan platform media sosial berbasis visual yang digunakan untuk berbagi foto dan video dan berada di bawah naungan perusahaan teknologi asal Amerika Serikat, Meta Platforms. Aplikasi ini memungkinkan pengguna mengunggah serta mengedit konten visual dengan berbagai fitur penyuntingan, kemudian mengelompokkannya melalui penggunaan tagar dan penandaan lokasi geografis. Istilah Instagram berasal dari gabungan kata "insta" yang bermakna cepat atau instan dan "gram" yang merujuk pada telegram, sehingga mencerminkan konsep penyampaian informasi visual secara cepat. Sebagai jejaring sosial, Instagram memfasilitasi keterhubungan antar pengguna melalui sistem mengikuti dan pengikut, serta menyediakan ruang interaksi berupa tanda suka dan kolom komentar, di mana jumlah tanda suka kerap dijadikan indikator tingkat popularitas suatu unggahan. Selain itu, Instagram juga dilengkapi dengan berbagai fitur pendukung seperti hashtag, geotag, follow, share, like, dan comment yang berfungsi memperluas jangkauan konten sekaligus memudahkan pengguna dalam menemukan, berbagi, dan berinteraksi dengan akun lain (Tius et al., 2024).

Penelitian mengenai praktik komunikasi pariwisata budaya pada akun Instagram @jelajahmaumere menjadi penting karena media sosial kini berperan strategis dalam membentuk persepsi, citra, dan daya tarik suatu destinasi wisata, khususnya pariwisata berbasis budaya lokal. Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media promosi visual, tetapi juga sebagai ruang representasi identitas budaya, narasi lokal, serta nilai-nilai kearifan masyarakat daerah. Melalui konten foto, video, dan narasi visual yang diunggah, akun @jelajahmaumere berkontribusi dalam mengonstruksi makna pariwisata budaya Kabupaten Sikka, mulai dari tradisi, kesenian, ritual adat, hingga event budaya. Penelitian ini penting untuk memahami bagaimana strategi komunikasi, pemilihan pesan, serta penggunaan elemen visual dan naratif dimanfaatkan dalam menyampaikan informasi pariwisata budaya secara persuasif dan informatif kepada khalayak digital yang beragam.

Selain itu, kajian ini relevan untuk menelaah peran media sosial sebagai sarana komunikasi pariwisata yang tidak hanya berorientasi pada peningkatan kunjungan wisatawan, tetapi juga pada pelestarian budaya dan penguatan identitas lokal. Dengan meneliti praktik komunikasi yang dilakukan akun @jelajahmaumere, dapat diketahui sejauh mana konten yang disajikan mampu membangun kesadaran budaya, menumbuhkan apresiasi publik terhadap warisan budaya daerah, serta mendorong partisipasi masyarakat lokal dalam kegiatan pariwisata. Hal ini menjadi krusial mengingat promosi pariwisata yang tidak sensitif terhadap konteks budaya berpotensi mereduksi nilai-nilai lokal menjadi sekadar komoditas visual.

Pengembangan destinasi wisata pada dasarnya tidak dapat dipisahkan dari peran komunikasi pariwisata, karena suatu destinasi perlu diperkenalkan dan disampaikan secara efektif kepada wisatawan agar mampu menumbuhkan ketertarikan untuk berkunjung. Melalui proses komunikasi yang tepat, potensi wisata dapat dikemas dan disajikan secara menarik sehingga mudah dipahami oleh khalayak. Di sisi lain, pengembangan destinasi wisata juga memiliki fungsi strategis dalam menjaga keberlanjutan warisan budaya, melestarikan kearifan lokal, serta mempertahankan kelestarian lingkungan alam. Oleh karena itu, komunikasi pariwisata perlu dikelola secara terpadu dan berkelanjutan, mengingat perannya yang signifikan dalam mendorong peningkatan pendapatan daerah, membuka peluang lapangan kerja, serta memperluas pengenalan dan apresiasi terhadap budaya lokal kepada masyarakat luas (Romadhan & Pradana, 2023).

Manfaat penelitian ini secara akademis adalah memperkaya kajian komunikasi pariwisata dan komunikasi budaya, khususnya terkait pemanfaatan media sosial sebagai medium promosi dan representasi budaya lokal. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi bahan evaluasi dan rekomendasi bagi pengelola akun pariwisata, pemerintah daerah, maupun pelaku industri kreatif

dalam merancang strategi komunikasi pariwisata budaya yang lebih efektif, beretika, dan berkelanjutan. Sementara itu, secara sosial dan kultural, penelitian ini diharapkan dapat mendorong pelestarian budaya daerah Kabupaten Sikka melalui praktik komunikasi digital yang edukatif, partisipatif, dan berorientasi pada pemberdayaan masyarakat lokal.

B. Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif kualitatif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami secara mendalam praktik komunikasi pariwisata budaya yang dilakukan melalui akun Instagram @jelajahmaumere dalam merepresentasikan budaya lokal Kabupaten Sikka. Desain deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis bagaimana pesan, narasi visual, serta strategi komunikasi pariwisata budaya disusun dan disampaikan melalui media sosial. Dalam konteks ini, Instagram dipandang sebagai ruang komunikasi dan representasi budaya yang membentuk makna serta persepsi audiens terhadap destinasi wisata budaya.

Objek penelitian ini adalah konten yang diunggah pada akun Instagram @jelajahmaumere yang berkaitan dengan promosi pariwisata dan budaya lokal. Populasi penelitian mencakup seluruh unggahan yang memuat informasi tentang destinasi wisata, event budaya, pertunjukan seni dan tradisi lokal, serta aktivitas masyarakat yang merepresentasikan identitas budaya Kabupaten Sikka. Sampel penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan data secara sengaja berdasarkan kesesuaian dengan fokus dan tujuan penelitian. Konten yang dipilih adalah unggahan yang memiliki muatan budaya, visual representatif, serta narasi yang menonjolkan nilai dan keunikan budaya lokal.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi nonpartisipan, dokumentasi, dan studi pustaka. Observasi nonpartisipan dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas akun Instagram @jelajahmaumere, meliputi jenis konten, tema unggahan, penggunaan elemen visual, caption, hashtag, serta bentuk interaksi dengan pengikut. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data berupa foto, video, tangkapan layar unggahan, serta data interaksi seperti jumlah tanda suka dan komentar. Selain itu, studi pustaka digunakan untuk memperoleh landasan teori dan konsep yang relevan dengan komunikasi pariwisata, pariwisata budaya, serta pemanfaatan media sosial sebagai media komunikasi publik.

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri yang berperan dalam proses pengamatan, pengumpulan data, serta analisis data. Untuk mendukung kerja peneliti, digunakan pedoman observasi dan pedoman analisis konten sebagai instrumen pendukung agar proses pengumpulan dan analisis data berlangsung secara sistematis dan terarah. Perangkat digital seperti telepon genggam dan komputer juga dimanfaatkan untuk mengakses, mendokumentasikan, dan mengelola data dari akun Instagram yang diteliti.

Analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis data kualitatif yang berlangsung secara bertahap dan berkelanjutan. Tahapan analisis meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi dan memfokuskan data pada konten yang relevan dengan praktik komunikasi pariwisata budaya. Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian deskriptif naratif yang menggambarkan karakteristik konten, pola komunikasi, serta representasi budaya yang ditampilkan. Selanjutnya, penarikan kesimpulan dilakukan dengan menginterpretasikan makna pesan, strategi komunikasi, serta peran akun Instagram @jelajahmaumere dalam membangun citra dan promosi pariwisata budaya Kabupaten Sikka.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Hasil

Karakteristik Konten Pariwisata Budaya pada Akun @jelajahmaumere

Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @jelajahmaumere secara konsisten menampilkan konten yang berfokus pada promosi pariwisata dan representasi budaya lokal Kabupaten Sikka. Konten yang diunggah dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori utama, yaitu promosi destinasi wisata alam dan budaya, dokumentasi event budaya daerah, pertunjukan seni dan tradisi lokal, festival budaya, serta aktivitas sosial masyarakat yang mencerminkan identitas budaya setempat. Bentuk konten didominasi oleh foto dan video pendek dengan kualitas visual yang cukup baik, disertai dengan caption naratif yang menjelaskan konteks kegiatan, lokasi, serta makna budaya dari objek yang ditampilkan. Karakter visual yang kuat

menunjukkan pemanfaatan Instagram sebagai media berbasis visual yang efektif dalam menarik perhatian audiens dan membangun daya tarik destinasi wisata budaya.

Praktik Komunikasi Pariwisata Budaya melalui Narasi Visual

Analisis terhadap praktik komunikasi pariwisata budaya pada akun @jelajahmaumere menunjukkan bahwa narasi visual menjadi elemen utama dalam penyampaian pesan. Foto dan video tidak hanya berfungsi sebagai ilustrasi, tetapi juga sebagai simbol representasi budaya yang mengandung nilai estetika, historis, dan sosial. Penggunaan sudut pengambilan gambar, pemilihan momen budaya, serta penonjolan atribut tradisional seperti busana adat, tarian, musik, dan ritual adat memperkuat pesan budaya yang ingin disampaikan. Caption yang menyertai unggahan umumnya bersifat informatif dan persuasif, dengan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami, sehingga mampu menjembatani pemahaman audiens terhadap konteks budaya lokal. Praktik ini menunjukkan adanya upaya mengemas budaya sebagai narasi yang komunikatif tanpa menghilangkan identitas lokalnya.

Instagram sebagai Etalase Budaya Lokal

Berdasarkan hasil analisis, Instagram berperan sebagai etalase digital budaya lokal Kabupaten Sikka melalui akun @jelajahmaumere. Platform ini menjadi ruang representasi yang menampilkan keberagaman budaya daerah secara visual dan terbuka bagi publik luas. Konten yang diunggah membentuk citra pariwisata budaya yang khas dan membedakan Kabupaten Sikka dari destinasi lain. Melalui etalase digital ini, budaya lokal tidak hanya diperkenalkan kepada calon wisatawan, tetapi juga kepada masyarakat lokal sebagai bentuk penguatan identitas dan kebanggaan budaya. Hal ini sejalan dengan konsep komunikasi pariwisata budaya yang menempatkan budaya sebagai aset simbolik yang dikomunikasikan secara strategis untuk membangun citra destinasi.

Interaksi dan Partisipasi Audiens

Hasil penelitian juga menunjukkan adanya interaksi antara akun @jelajahmaumere dengan audiens melalui fitur tanda suka dan kolom komentar. Konten yang menampilkan event budaya dan aktivitas masyarakat cenderung memperoleh tingkat interaksi yang lebih tinggi dibandingkan unggahan promosi destinasi semata. Komentar audiens umumnya berisi apresiasi terhadap keindahan budaya, ketertarikan untuk berkunjung, serta pertanyaan terkait waktu dan lokasi kegiatan budaya. Interaksi ini menunjukkan bahwa Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi satu arah, tetapi juga sebagai ruang komunikasi dua arah yang memungkinkan terbentuknya hubungan antara pengelola akun dan audiens. Namun demikian, penelitian ini menemukan bahwa respons terhadap komentar belum sepenuhnya konsisten, sehingga potensi interaksi dan keterlibatan audiens masih dapat ditingkatkan.

Peran Akun @jelajahmaumere dalam Promosi dan Pelestarian Budaya

Dalam konteks komunikasi pariwisata budaya, akun @jelajahmaumere memiliki peran strategis tidak hanya sebagai media promosi wisata, tetapi juga sebagai sarana pelestarian dan edukasi budaya. Dengan menampilkan tradisi, seni, dan aktivitas budaya secara berkelanjutan, akun ini berkontribusi dalam mendokumentasikan budaya lokal dalam bentuk digital. Praktik ini penting mengingat media sosial dapat menjadi arsip visual yang merekam dinamika budaya daerah. Namun, hasil penelitian juga menunjukkan perlunya keseimbangan antara kepentingan promosi dan sensitivitas budaya, agar budaya lokal tidak direduksi menjadi sekadar komoditas visual, melainkan tetap disajikan secara kontekstual dan bermakna.

2. Pembahasan

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa akun Instagram @jelajahmaumere menerapkan praktik komunikasi pariwisata budaya dengan mengoptimalkan elemen visual dan narasi digital sebagai strategi utama dalam membentuk citra pariwisata Kabupaten Sikka. Karakteristik Instagram sebagai media berbasis visual dimanfaatkan untuk menampilkan representasi budaya lokal melalui unggahan foto dan video yang menonjolkan kekhasan tradisi, kesenian, serta aktivitas sosial masyarakat. Temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi pariwisata budaya tidak semata-mata berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga berperan dalam membangun pemaknaan dan persepsi audiens terhadap budaya lokal sebagai daya tarik wisata.

Pembahasan lebih lanjut memperlihatkan bahwa narasi visual yang dikonstruksikan pada akun @jelajahmaumere berfungsi sebagai bentuk komunikasi simbolik dalam pariwisata budaya.

Budaya tidak direpresentasikan hanya sebagai objek hiburan visual, melainkan sebagai ekspresi identitas dan nilai-nilai sosial masyarakat Kabupaten Sikka. Pemilihan konten yang menampilkan peristiwa budaya, penggunaan simbol dan atribut tradisional, serta penyajian caption yang bersifat kontekstual mencerminkan upaya menjaga keaslian dan makna budaya dalam ruang digital. Hal ini sejalan dengan pemahaman pariwisata budaya yang menempatkan budaya sebagai warisan hidup yang harus dikomunikasikan secara bertanggung jawab dan bermakna kepada publik.

Selain aspek representasi, interaksi antara akun @jelajahmaumere dan audiens menunjukkan adanya kecenderungan pergeseran pola komunikasi pariwisata dari model satu arah menuju komunikasi yang lebih partisipatif. Tingginya respons audiens dalam bentuk tanda suka dan komentar menandakan adanya keterlibatan publik dalam mengapresiasi konten budaya yang disajikan. Namun demikian, penelitian ini menemukan bahwa potensi komunikasi dua arah tersebut belum dimanfaatkan secara optimal, terutama terkait konsistensi pengelola akun dalam merespons komentar dan membangun dialog dengan pengikut. Padahal, keterlibatan interaktif yang berkelanjutan berpotensi memperkuat ikatan emosional audiens serta meningkatkan kredibilitas informasi pariwisata yang disampaikan.

Dalam perspektif promosi destinasi, akun @jelajahmaumere berfungsi sebagai etalase digital yang menghadirkan keberagaman budaya Kabupaten Sikka kepada khalayak yang lebih luas. Konsistensi unggahan konten budaya berkontribusi dalam memperluas jangkauan informasi pariwisata sekaligus membentuk citra destinasi yang memiliki kekhasan budaya. Meski demikian, pembahasan ini menekankan pentingnya pengelolaan konten yang berlandaskan sensitivitas budaya agar praktik promosi tidak berujung pada penyederhanaan atau komodifikasi nilai-nilai budaya lokal. Komunikasi pariwisata yang beretika perlu memosisikan masyarakat lokal sebagai pelaku dan pemilik budaya, bukan sekadar objek visual dalam promosi.

Secara komprehensif, pembahasan ini menegaskan bahwa praktik komunikasi pariwisata budaya melalui akun Instagram @jelajahmaumere memiliki peran strategis dalam mendukung promosi destinasi, pelestarian budaya, serta penguatan identitas lokal Kabupaten Sikka. Media sosial terbukti dapat menjadi ruang representasi budaya yang efektif apabila dikelola dengan strategi komunikasi yang terencana, narasi yang kontekstual, dan tingkat keterlibatan audiens yang memadai. Oleh karena itu, pengembangan komunikasi pariwisata budaya ke depan perlu diarahkan pada peningkatan kualitas konten, penguatan interaksi dengan audiens, serta integrasi nilai pelestarian budaya dalam setiap aktivitas promosi digital.

D. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa akun Instagram @jelajahmaumere berperan strategis sebagai media komunikasi pariwisata budaya dalam merepresentasikan dan mempromosikan kekayaan budaya lokal Kabupaten Sikka melalui pemanfaatan elemen visual dan narasi digital yang persuasif. Konten foto, video, dan caption yang ditampilkan tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga membangun makna, citra, dan identitas budaya daerah di ruang digital. Meskipun praktik komunikasi yang dilakukan telah mampu memperluas jangkauan informasi pariwisata dan menumbuhkan ketertarikan audiens, optimalisasi interaksi dua arah serta pengelolaan konten yang berorientasi pada etika, pelestarian budaya, dan pemberdayaan masyarakat lokal masih perlu ditingkatkan agar komunikasi pariwisata budaya melalui media sosial dapat berjalan secara lebih efektif, berkelanjutan, dan bermakna.

E. Referensi

- Romadhan, M. I., & Pradana, B. C. S. A. (2023). Komunikasi Pariwisata dalam Pengembangan Destinasi Wisata Kampung Adat Segunung Berbasis Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Communitio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 12(2), 222–234.
- Silvia, & Yuliastina, R. (2024). Pemanfaatan Media Sosial dalam Mempromosikan Pariwisata (Studi Pada Dinas Kebudayaan Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Sumenep). *Jurnal Public Corner Fisip Universitas Wiraraja*, 19(2).
- Tius, I. K., Kedoh, L. N., & Mustafa, I. (2024). Peran Humas dalam Mempublikasikan Kegiatan Pimpinan Universitas melalui Akun Instagram @humasuniversitasnusanipa. *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 4(3), 2292–2306. <https://doi.org/10.57250/ajsh.v4i3.911>
- Yustia, V., Utomo, I. W., & Emelia, R. I. (2023). Pemanfaatan Instagram Sebagai Sarana Informasi Publik Humas Badan Kebijakan Transportasi Kementerian Perhubungan. *Jurnal Pariwisata*, 3(1), 45–51. <http://jurnal.bsi.ac.id/index.php/pariwara/article/view/2793>

