

Manfaatkan Media Sosial untuk Membangun Loyalitas Wisatawan ke Bali

Mariza - BALI.PUBLIKINDONESIA.COM

Nov 22, 2023 - 17:02



Media sosial memiliki peran penting dalam pemasaran pariwisata sejak beberapa tahun belakangan. Media sosial juga menjadi sarana komunikasi efektif antara manajemen destinasi dan wisatawan, para pengelola dapat memprediksi ekspektasi wisatawan terhadap produk wisata yang seharusnya ditawarkan agar mereka merasa puas melakukan perjalanan wisata.

Untuk meningkatkan loyalitas wisatawan terhadap Bali sebagai destinasi wisata unggulan diperlukan optimalisasi pemanfaatan media sosial dalam pemasaran pariwisata.

Hal itu diungkapkan Guru Besar Universite Bretagne Sud, Prancis Prof. Christine PETR saat hadir sebagai guest lecture (kuliah dosen tamu) Fakultas Pertanian Universitas Udayana, di Denpasar (10/11/2023).

Kegiatan tersebut dipandu Koordinator Pengampu Mata Kuliah Pengembangan

Agrowisata Prodi Agribisnis Prof. Ir. I Gusti Ayu Oka Suryawardani, M.Mgt., Ph.D. dan dihadiri kalangan dosen dan mahasiswa serta dibuka secara resmi oleh WD II FP Unud, Dr. Widhianthini, S.P., M.Si,

Dalam sambutannya Dr. Widhianthini meminta mahasiswa dan dosen yang ikut kuliah tamu untuk menyimak materi yang disampaikan Prof. Christine karena sangat relevan dengan bidang kajian unggulan FP

“Unud yakni integrasi pertanian dan pariwisata. “Saya yakin kuliah tamu ini akan memberi manfaat besar demi kemajuan Fakultas Pertanian Unud,” tegasnya.

Prof. Christine menegaskan dalam memasarkan pariwisata perlu memperhatikan berbagai aspek meliputi: tipe produk wisata yang seperti apa disukai wisatawan, harga produk dan dimana mereka dapat membelinya dan bagaimana menyampaikan informasi untuk meyakinkan wisatawan.

“Pengembangan produk wisata harus jelas produk inti dan pendukungnya, bagaimana mengemasnya dan nama atau brandnya harus mampu memberi gambaran jelas apa sejatinya produk wisata yang diunggulkan apakah wisata budaya atau agrowisata dan ekowisata,” tutur Prof. Christine.

Untuk mengetahui preferensi wisatawan, pengelola destinasi wisata harus mempelajari postingan wisatawan di media sosial. Selanjutnya, harapan wisatawan tersebut direspon dengan baik sehingga wisatawan yang bersangkutan akan memiliki loyalitas tinggi berkunjung ke Bali.

Prof. Christine mengakui Bali merupakan destinasi pariwisata yang unik sehingga banyak wisatawan eropa termasuk Prancis bersedia jauh-jauh datang ke Bali. Agar kesetiaan wisatawan eropa semakin tinggi, maka komunikasi via media sosial perlu diintensifkan.

Mahasiswa FP Unud yang mengikuti kuliah umum mengaku sangat gembira dapat belajar langsung dari dosen yang tinggal di negara asal wisatawan. Ni Wayan Mita Parameswari menanyakan apakah perbedaan kebiasaan orang Indonesia dan orang Eropa tidak berpengaruh tingkat kepuasan wisatawan? Prof.

Christine mengakui perbedaan kebiasaan memungkinkan wisatawan merasa kurang puas. Misalnya, tingkat layanan yang tidak tepat waktu membuat wisatawan merasa bosan.

“Hal ini bisa dilakukan dengan memberikan penjelasan lebih detail, atau mereka dilayani dengan menggunakan pakaian yang berbeda dan unik, sehingga mereka penasaran atau merasa terhibur,” tuturnya.

Pertanyaan lain terkait brand, pengelolaan agrowisata serta pandangan Prof. Christine terkait pemanfaatan subak sebagai destinasi agrowisata. Prof. Christine menegaskan sejumlah wisatawan berkunjung ke Bali untuk mempelajari subak.

“Jadi bidiklah wisatawan dengan segmentasi khusus ini dengan promosi yang lebih gencar terkait aktivitas wisata yang dapat ditawarkan dalam subak,” pungkasnya.

Ditambahkan, pengembangan agrowisata berbasis subak di Bali sebaiknya tidak

hanya dikembangkan di Subak jatiluwih tetapi juga subak-subak yang lain.

Jejaring antar subak sebagai destinasi agrowisata harus dibangun sehingga keberagaman daya tarik wisata antar subak dapat ditawarkan untuk mengantisipasi kebosanan wisatawan.