



STRATEGI PROMOSI DAN STRATEGI EDUKASI PERTEMUAN KE-6

Pengetahuan memahami Strategi Promosi & Strategi Edukasi

Pada pembahasan ini diperuntukkan untuk memahami terkait :

Edukasi Publik

Promosi Berbasis Pelestarian



Strategi promosi destinasi pariwisata meliputi penggunaan media digital (media sosial, website, influencer), konten yang menarik (storytelling, visual), penyelenggaraan acara dan festival, kolaborasi dengan pihak terkait (agen travel, komunitas lokal), serta pengembangan produk paket wisata yang berorientasi pada pengalaman edukatif dan bernilai tambah. Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, menarik kunjungan, dan memberikan pemahaman lebih mendalam tentang keunikan destinasi kepada wisatawan.

Strategi Promosi atau Taktik yang bisa diterapkan dalam destinasi wisata



1 Digital Marketing / Pemasaran Digital



● Sosial Media



Menggunakan platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk media promosi secara rutin guna menampilkan keindahan destinasi secara visual akan memberikan dampak stimulus yang sangat signifikan .

● Content Visual

Membuat foto dan video dengan berkualitas tinggi untuk menjual daya tarik unik destinasi wisata tersebut.



● Website dan SEO:

Buat situs web yang informatif dan optimalisasi SEO (Search Engine Optimization) untuk pencarian situs destinasi wisata. Guna membangun dan mengoptimalkan website yang ramah SEO untuk menyediakan informasi lengkap dan memudahkan booking.



● Kolaborasi dengan influencer

Libatkan influencer untuk mempromosikan pariwisata untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

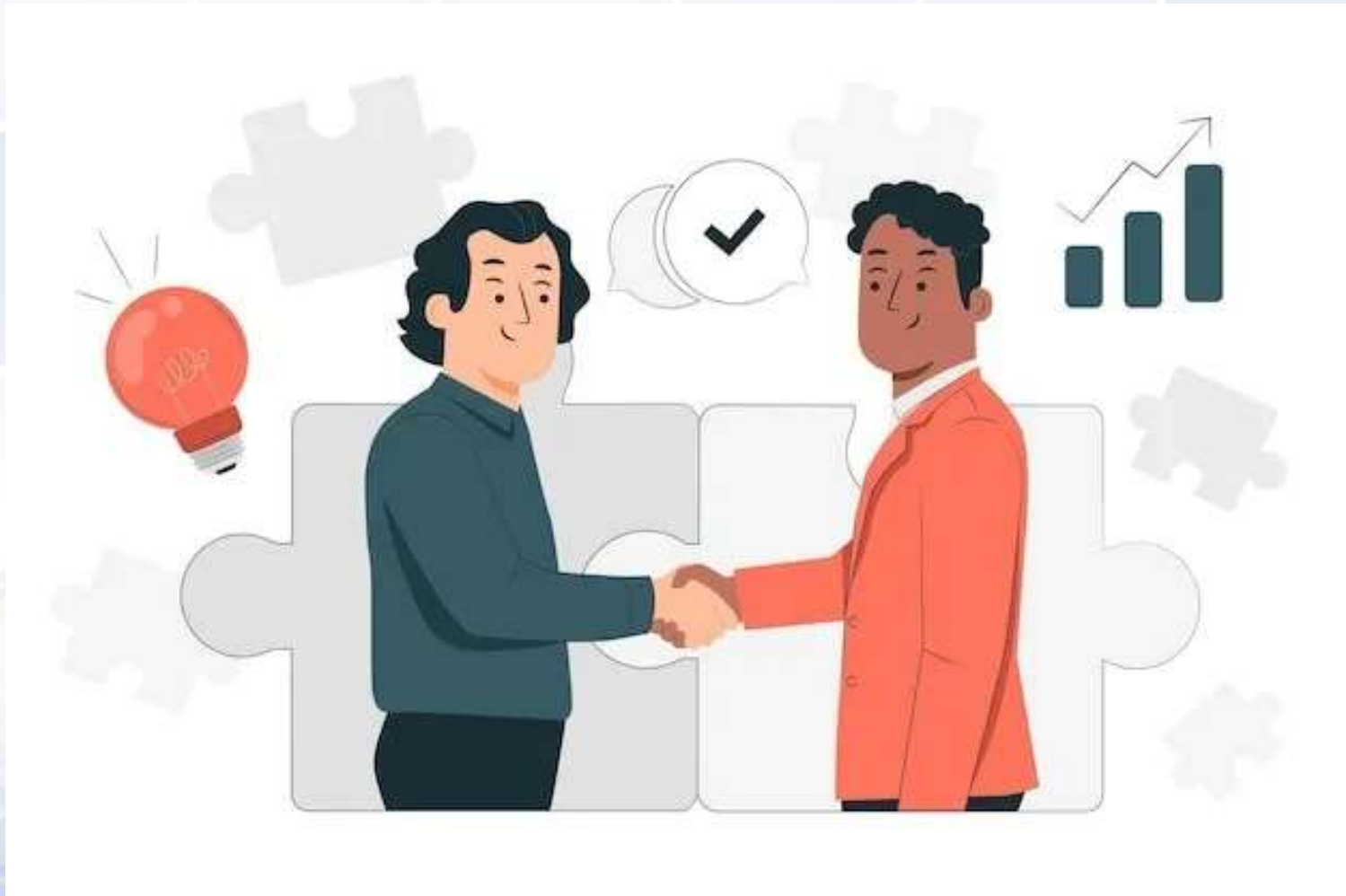


● Market Place atau Iklan Berbayar

Jual tiket destinasi wisata langsung melalui e-commerce atau marketplace yang banyak digunakan. Pasang iklan di mesin pencari atau di media sosial.



2 Kolaborasi dan Kemitraan



● Agen Travel

Bermitra dengan agen travel untuk menawarkan paket wisata dan meningkatkan distribusi informasi penjualan paket wisata.



● Komunitas Lokal

Libatkan dan bekerja sama dengan komunitas lokal untuk memperkuat promosi dan pengalaman wisatawan.



3 Pengembangan Produk Jasa dan Acara

PENGEMBANGAN PRODUK



- **Event Rutin**

Menggelar event dan promosi secara rutin untuk menjaga minat wisatawan.



- **Pengelolaan Reputasi dan Pengalaman Wisata**

Ulasan dan Rekomendasi

Kelola dan optimalkan ulasan positif dari wisatawan untuk meningkatkan dan membangun kepercayaan citra destinasi.

Strategi Edukasi ?



Copyright@Fatkhan.web.id

Strategi edukasi dalam konteks pariwisata adalah upaya untuk mengintegrasikan kegiatan belajar sambil berwisata guna menciptakan pengalaman yang mendalam bagi wisatawan, meningkatkan kesadaran akan pentingnya pelestarian, dan mengembangkan potensi destinasi secara berkelanjutan.

Strategi Edukasi yang bisa diterapkan dalam destinasi wisata



- **Pariwisata sebagai media pembelajaran**

Memanfaatkan destinasi wisata sebagai ruang kelas terbuka untuk memberikan pembelajaran yang tidak kaku

- **Peningkatan kualitas SDM**

Melatih masyarakat lokal untuk menjadi pemandu wisata yang kompeten, pelaku UMKM, dan pengelola destinasi yang memiliki pengetahuan dan keterampilan pariwisata yang mumpuni.

- **Pemanfaatan teknologi digital**

Menggunakan media sosial, aplikasi, dan tur virtual untuk promosi dan memberikan informasi edukatif kepada calon wisatawan.

- **Pelibatan masyarakat lokal**

Melibatkan masyarakat dalam pembuatan konten dan perencanaan wisata agar destinasi terasa memiliki nilai lebih dan pembangunan pariwisata menjadi lebih berkelanjutan dan inklusif.

EDUKASI PUBLIK



di destinasi wisata dapat dilakukan dengan menggabungkan komunikasi interaktif, memanfaatkan konten menarik (seperti storytelling), mengembangkan program berbasis pengalaman, termasuk penggunaan teknologi digital untuk penyampaian informasi dan pelibatan masyarakat lokal sebagai narasumber.

1. Mengoptimalkan Penyampaian Informasi

Storytelling interaktif:

Gunakan cerita yang menarik dan libatkan audiens secara emosional, misalnya dengan meminta mereka membayangkan sebuah pemandangan atau pengalaman.

Materi edukatif:

Sediakan informasi yang relevan melalui berbagai media, seperti papan informasi interaktif, panduan digital, atau konten video pendek di media sosial.

Pemanfaatan teknologi:

Gunakan teknologi untuk edukasi, misalnya aplikasi seluler untuk peta interaktif yang memperkaya informasi tentang lokasi wisata.

2. Mengembangkan program edukasi berbasis pengalaman

Program langsung :

Ajak wisatawan berpartisipasi langsung dalam kegiatan yang mendidik, seperti lokakarya kerajinan tradisional, kelas memasak makanan lokal, atau kegiatan konservasi lingkungan seperti menanam pohon.

Menggunakan objek wisata :

Manfaatkan komponen pariwisata yang ada sebagai objek edukasi.

Contohnya, ajarkan wisatawan tentang sejarah atau makna budaya di balik bangunan, situs, atau tradisi lokal.

Kemitraan dengan komunitas lokal :

Melibatkan masyarakat lokal sebagai pemandu wisata atau narasumber serta memberikan pengalaman yang otentik dan membantu melestarikan budaya dan pengetahuan lokal.

3. Menerapkan prinsip pariwisata berkelanjutan

Edukasi keberlanjutan :

Libatkan wisatawan dalam prinsip-prinsip pariwisata yang bertanggung jawab. Berikan mereka informasi tentang cara mengurangi dampak lingkungan, seperti mengelola sampah, menggunakan transportasi ramah lingkungan, dan menghormati keanekaragaman hayati.

Konservasi lingkungan :

Ajak wisatawan berpartisipasi dalam kegiatan konservasi untuk meningkatkan kesadaran mereka akan pentingnya pelestarian alam.

Dukungan ekonomi local :

Edukasi publik dapat mencakup informasi tentang cara mendukung ekonomi lokal, seperti membeli kerajinan dari pengrajin setempat atau makan di restoran lokal.

4. Memanfaatkan platform digital dan promosi

Media sosial :

Manfaatkan platform digital untuk menyebarkan konten edukatif, tips, atau cerita menarik tentang destinasi wisata.

Situs web dan blog :

Buat situs web yang informatif dan mudah diakses. Pastikan situs tersebut memiliki bagian edukasi yang kuat untuk menjelaskan kekayaan budaya dan alam di destinasi tersebut.

Program digital:

Buat program atau kampanye digital yang menarik untuk mengedukasi publik secara luas tentang keunikan dan cara berinteraksi secara bertanggung jawab dengan destinasi wisata.

PROMOSI BERBASIS PELESTARIAN



Promosi berbasis pelestarian adalah strategi pemasaran yang mengintegrasikan nilai-nilai konservasi alam atau budaya ke dalam upaya promosi produk, layanan, atau sebuah tujuan tertentu.

Tujuannya adalah untuk menarik konsumen yang peduli terhadap isu lingkungan dan sosial, membangun citra merek yang positif, serta mendorong perubahan perilaku yang lebih bertanggung jawab

Jenis-Jenis promosi berbasis pelestarian

1. Pelestarian lingkungan (*green marketing*) Mempromosikan manfaat produk atau layanan yang ramah lingkungan, seperti menggunakan bahan daur ulang, mengurangi jejak karbon, atau memproduksi dengan proses yang efisien energi.

Adapun contoh nya :

Merek pakaian yang menyoroti penggunaan bahan daur ulang, atau perusahaan yang mengampanyekan pengurangan jejak karbon

Perusahaan kosmetik yang mempromosikan produk mereka sebagai produk bebas kekejaman terhadap hewan atau menggunakan bahan-bahan alami.

Hotel atau resor yang memasarkan praktik ramah lingkungan mereka, seperti program penghematan air atau pengurangan limbah.

Jenis-Jenis promosi berbasis pelestarian

2. Pelestarian warisan budaya (Cultural Heritage Marketing)

Memanfaatkan aset budaya, tradisi, dan sejarah untuk mempromosikan pariwisata berkelanjutan serta untuk menarik konsumen pada pelestarian warisan tersebut.

Adapun contoh nya :

Festival atau acara lokal Mensponsori festival, acara seni, atau pameran yang bertujuan melestarikan dan mempromosikan budaya lokal.

Pengrajin atau seniman local Bekerja sama dengan seniman atau pengrajin lokal untuk membuat produk yang autentik dan kaya akan nilai budaya, sehingga mendukung mata pencarian mereka.

Revitalisasi warisan : Mendukung proyek pelestarian situs bersejarah, bangunan, atau praktik budaya yang terancam punah



BENEFITS!

promosi berbasis pelestarian



1. Meningkatkan reputasi merek :

Perusahaan yang menunjukkan komitmen terhadap pelestarian, sering kali dianggap lebih kredibel dan dapat dipercaya.

2. Menarik segmen pasar baru

Banyak konsumen, terutama generasi muda, kini lebih selektif dan cenderung memilih merek yang peduli lingkungan atau isu sosial.

3. Membangun loyalitas pelanggan

Ketika pelanggan merasa merek memiliki nilai-nilai yang sama dengan mereka, loyalitas terhadap merek akan meningkat dalam jangka panjang.

4. Menciptakan keunggulan kompetitif

Membedakan produk dari pesaing dengan menawarkan nilai tambah berupa dampak sosial dan lingkungan yang positif.

5. Menciptakan nilai jangka panjang

Strategi ini menciptakan nilai tidak hanya bagi bisnis, tetapi juga bagi masyarakat dan lingkungan, sehingga menciptakan keberlanjutan.

☺ END ☺

Thanks for attention

See you again !

