

Promosi Media Sosial untuk Meningkatkan Kunjungan Wisata Alam Air Terjun Kulung-Kulung di Desa Wiau Lapi Kabupaten Minahasa Selatan

Greity Fira Takatelide¹, Mikhael Credo Samuel Mangolo², Jemmy R. Pangemanan³

Politeknik Negeri Manado^{1,2,3}

*Email Korespondensi: greityfiratakatelide@gmail.com

Diterima: 01-09-2025 | Disetujui: 11-09-2025 | Diterbitkan: 13-09-2025

ABSTRACT

This research aims to implement a promotional through social media to increase the number of tourist visits to the Kulung-Kulung Waterfall nature tourism destination located in Wiau Lapi Village, South Minahasa. Kulung-Kulung Waterfall has beautiful natural potential and deserves to be developed as one of the leading destinations in the area. However, until now, the level of tourist visits has remained relatively low, partly due to a lack of promotional activities, especially through social media. The research method used is a qualitative method with data collection techniques including direct observation and interviews with village officials and tourists. The data obtained were then analyzed to develop an effective promotional strategy through social media platforms such as Instagram, Facebook, and TikTok. The results of the study indicate that the planned use of social media, along with the implementation of an appropriate promotional strategy, is expected to make Kulung-Kulung Waterfall better known to local communities and tourists from outside the region, thereby increasing tourist visits and boosting the local economy.

Keywords: Promotion, Social Media, Tourist Visits, Kulung-Kulung Waterfall, Wiau Lapi Village, South Minahasa Regency

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu industri yang mampu meningkatkan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Salah satu fokus pemerintah saat ini adalah pengembangan destinasi wisata yang ada di daerah setiap daerah. Tujuannya adalah meningkatkan terkait industri pariwisata itu sendiri. Perlu disadari bahwa pariwisata selain memberikan dampak positif juga dapat menimbulkan dampak negatif. Dampak negatif yang dapat di timbulkan industri pariwisata adalah terjadinya degradasi lingkungan secara otomatis akan berdampak juga pada ekonomi dan sosial budaya masyarakat. Untuk itu pengolahan pariwisata harus mempertimbangkan keseimbangan aspek lingkungan sosial budaya dan sosial ekonomi (Towoliu, dkk, 2018; 2021).

Desa Wisata Wiau Lapi merupakan salah satu destinasi wisata yang memiliki potensi besar namun masih belum sepenuhnya dikembangkan, Pembangunan pariwisata khususnya di Desa Wiau Lapi tentunya memberikan dampak terhadap perekonomian masyarakat sekitar. Desa Wiau Lapi merupakan salah satu desa yang berada kecamatan Tareran, kabupaten Minahasa Selatan, provinsi Sulawesi Utara. Desa ini merupakan salah satu desa penghasil captikus yang merupakan minuman khas daerah. Pada tahun 2022, Desa Wiau-lapi terpilih menjadi juara 1 evaluasi perkembangan Desa Se-Sulawesi Utara, di tahun yang sama pun banyak mendapatkan piagam penghargaan, diantaranya Penghargaan Anugerah Desa Wisata Indonesia 2022 dan 2023, Desa Wisata Simbol Kebangkitan Ekonomi Nasional. Pada tahun 2020 Desa Wiau-Lapi mendapatkan Piagam Penghargaan dari BPPRD atas lunas pajak bumi dan bangunan, (Towoliu, & Polii, 2021; Pagayang, dkk, 2025)

Wisata alam air terjun kulung-kulung terletak di desa Wiau lapi Kecamatan Tareran Kabupaten Minahasa Selatan, Provinsi Sulawesi Utara. objek wisata ini memiliki keindahan alam, berbeda dengan objek wisata alam yang lain karena objek wisata ini menampilkan panorama alam berbentuk air terjun. Objek wisata ini terletak pada lokasi yang strategis, yakni dekat dengan perkebunan maka semakin membuat tempat wisata ini menjadi sejuk dan ramah akan lingkungan, udara yang segar serta pemandangan yang indah. hanya berjarak sekitar 800 meter dari perkampungan dan dapat di tempuh dengan sepeda motor sampai lokasi atau berjalan kaki sambil menikmati keindahan alam yang sejuk dan sesekali bisa bertemu dengan hewan eksotis macaca nigra atau monyet sulawesi. selain air terjun kulung-kulung' di desa Wiau lapi juga ada air terjun Tuunan dan baru di explore pada tahun 2021. Desa Wiau Lapi memiliki beberapa spot wisata yang unik dan mengagumkan, saat memasuki Area Desa Wiau Lapi pengunjung sudah di suguhkan dengan pemandangan persawahan yang indah, Desa Wiau Lapi juga memiliki spot wisata pertanian yang lain seperti perkebunan vanili yang tersusun rapih di hampir sepanjang perjalanan menuju ke area wisata Desa Wiau Lapi yaitu spot wisata pertanian yang lain seperti perkebunan vanili yang tersusun rapih di hampir sepanjang perjalanan menuju ke area wisata utama Desa Wiau Lapi yaitu spot Wisata Air Terjun KULUNG-KULUNG.

Untuk itu Berdasarkan strategi media sosial dalam mempromosikan potensi wisata alam air terjun kulung-kulung, peneliti mendapati faktor penghambat dalam kurangnya kunjungan yang datang berkunjung di desa tempat wisata ini, pengunjung yang datang hanyalah pengunjung dari masyarakat yang ada di wiau lapi dan masyarakat yang ada di desa sebelah seperti desa lansot dan juga rumoong atas. oleh karna itu butuh adanya promosi dalam upaya untuk memperkenalkan kepada publik tentang potensi wisata alam yang ada pada air terjun kulung-kulung di desa wiau lapi. Peneliti juga mendapati kurangnya pengetahuan tentang media sosial banyak pengelola wisata, mungkin tidak memiliki pengetahuan atau keterampilan yang cukup

mendalam menggunakan media sosial untuk promosi, hal ini dapat menghambat implementasi yang strategi yang efektif. Untuk itu dengan harus ada peningkatan strategi promosi media sosial agar bisa dapat meningkatkan minat pengunjung yang akan datang di wisata alam air terjun kulung-kulung di desa wiau lapi

Dalam hal ini media sosial seperti facebook, instagram dan juga tiktok dapat di manfaatkan sebagai sarana untuk meningkatkan strategi mempromosikan destinasi dan potensi wisata alam yang ada pada air terjun kulung-kulung. Berharap dengan adanya strategi promosi objek wisata air terjun kulung-kulung dapat menambah dan meningkatkan kunjungan parawisatawan sehingga dapat menjadikan wisata alam air terjun kulung-kulung dalam dunia pariwisata dan dapat berkembang lagi sebagai salah satu keunggulan dari desa wiau lapi dan mampu bersaing dalam dunia pariwisata.

TINJAUAN PUSTAKA

Pariwisata

Sebagai antisipasi perkembangan dunia pariwisata yang telah mengglobal sifatnya, pemerintah Indonesia mengeluarkan Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan yang terdiri atas tujuh belas bab dan tujuh puluh pasal yang mengandung ketentuan meliputi delapan hal, yaitu:

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.
2. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
3. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.
4. Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha, (Wenas, dkk 2023).

Promosi

Promosi merupakan salah satu dari bauran pemasaran yang sangat penting bagi pelaku bisnis untuk memasarkan produk atau jasa. Promosi juga merupakan salah satu cara untuk meningkatkan penjualan, karena promosi dapat menarik perhatian konsumen untuk melakukan keputusan pembelian suatu produk, dijelaskan oleh Ayud Amalia (2017). Promosi/pemasaran didalam perusahaan atau organisasi sangatlah penting sebagai salah satu kunci agar perusahaan mencapai tujuan. Jika promosi/pemasaran dalam suatu perusahaan atau organisasi tidak berlangsung dengan baik, dapat dipastikan perusahaan atau organisasi tersebut sulit bahkan tidak bisa mencapai tujuannya, (Wenas, dkk, 2024).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dirancang menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif memberikan keleluasaan dalam proses pengumpulan data seperti wawancara, observasi. Ini dapat membantu peneliti dalam mengakses informasi yang rinci dan bervariasi dari berbagai perspektif, serta memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai fenomena yang akan diteliti. Dalam konteks studi ini, sangat

penting untuk memahami cara promosi media sosial untuk meningkatkan kunjungan wisata alam air terjun kulung-kulung di desa wiau lapi kabupaten minahasa selatan

Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif pada penelitian ini, diharapkan mampu mendapatkan informasi detail yang dilakukan oleh peneliti terkait judul promosi media sosial untuk meningkatkan kunjungan wisata alam air terjun kulung-kulung di desa wiau lapi kabupaten minahasa selatan

Sumber Data

1 Data Primer

Data Primer adalah data yang didapatkan secara langsung oleh peneliti, contohnya data diperoleh dari hasil wawancara terhadap beberapa narasumber yang hukum tua ,sekertaris desa,masarakat

2 Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung, seperti dari jurnal, artikel, dan situs-situs lain yang dapat diakses peneliti melalui internet yang relevan dengan bidang atau objek penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini mencakup kutipan, jurnal atau artikel serta bahan-bahan dari buku yang tercantum dalam daftar pustaka.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data adalah Langkah utama pada penelitian, karena tujuan utama meneliti adalah untuk memperoleh data. Tanpa Teknik pengumpulan data, peneliti tidak mungkin memperoleh data untuk mendapatkan standar data yang telah ditetapkan.” (Sugiyono 2016:308). Pada penelitian ini diharapkan data mampu melengkapi informasi yang diperlukan sesuai dengan penelitian yang diteliti. Terdapat tiga Teknik pengumpulan data yaitu:

1. Wawancara

Wawancara merupakan langkah pengumpulan informasi yang dilakukan dengan teknik tanya jawab non-pribadi, di mana terjadi komunikasi antara pewawancara dan narasumber tanpa terikat pada pedoman yang akan diterapkan dalam penelitian. Dalam studi ini, peneliti merancang pertanyaan yang terstruktur dan tertata dengan baik untuk mengumpulkan informasi. Tahun ini, penelitian ini mengaplikasikan metode wawancara tanya jawab guna mendapatkan informasi lengkap dan pengetahuan terkait informasi yang relevan dengan Analisis Kerjasama Online Travel Agent Berdasarkan Penjualan Kamar di Novotel Manado Golf Resort and Convention Centre.” (Yunus, 2010:31).

2. Observasi

“Observasi merupakan aktivitas pengumpulan informasi yang diperlukan untuk membentuk pemahaman yang akurat tentang peristiwa dan kejadian, menjawab pertanyaan penelitian, serta menganalisis dan menilai perilaku manusia. Artinya, menilai aspek-aspek tertentu dan memberikan tanggapan terhadap penilaian itu. Hasil pengamatan dituangkan dalam bentuk suatu aktivitas, peristiwa, objek, kondisi atau suasana tertentu.” (Bungin, 2007).

Untuk penelitian observasi ini peneliti langsung melakukan kunjungan ke desa wiau lapi kecamatan tareran kabupaten minahasa selatan dan melakukan observasi sesuai yang dibutuhkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Gambaran umum desa Wiau Lapi

Desa Wiau Lapi terletak di Kecamatan Tareran, Kabupaten Minahasa Selatan, Provinsi Sulawesi Utara. Wilayah ini pada awalnya merupakan hutan belantara yang kaya sumber daya alam, terutama air, hutan lindung, dan lahan pertanian yang subur. Daya tarik kesuburan tanah inilah yang memicu gelombang pembukaan lahan oleh masyarakat Minahasa yang berasal dari daerah Tondano, Tomohon, dan sekitarnya

Pada masa lampau, masyarakat Minahasa dikenal sebagai suku yang hidup berpindah-pindah untuk membuka lahan pertanian baru. Demikian pula halnya dengan para leluhur Wiau Lapi, yang menjadikan area ini sebagai lahan persawahan, kebun kelapa, cengkeh, pala, dan tanaman hortikultura lainnya.

Desa Wiau Lapi terbentuk dari pemukiman masyarakat Minahasa yang melakukan perluasan ladang pertanian, terutama untuk menanam padi, kelapa, cengkeh, dan vanili. Para pendatang awal sebagian besar berasal dari wilayah Tondano dan sekitarnya, yang berpindah untuk membuka lahan baru di daerah Tareran (Minahasa Selatan). Wiau Lapi kemudian berkembang menjadi sentra pertanian, khususnya penghasil cap tikus (minuman tradisional) dan gula aren, yang hingga kini menjadi salah satu identitas budaya desa.

Dahulu Wiau Lapi hanya satu desa induk, tetapi kemudian dimekarkan menjadi dua: Desa Wiau Lapi dan Desa Wiau Lapi Barat, untuk mendukung pemerataan pembangunan dan pelayanan masyarakat. Secara administratif, desa ini masuk wilayah Kecamatan Tareran, Kabupaten Minahasa Selatan, Sulawesi Utara. Desa ini masih melestarikan ritual adat “Kumaus” (ritual syukur panen). Terdapat tradisi Batifar, yaitu upacara atau kegiatan gotong royong antar keluarga. Budaya pindah rumah tradisional juga menjadi cerita turun-temurun: dahulu warga memindahkan rumah kayu dengan cara diangkat ramai-ramai. Kegiatan pembuatan Cap Tikus menjadi ciri khas, walau kini sebagian besar telah diarahkan ke produk olahan legal dan usaha UMKM.

Dari desa pertanian tradisional, Wiau Lapi berkembang menjadi desa wisata dan desa budaya dengan karakter:

- Kuat di pertanian vanili & gula aren
- Melestarikan tradisi adat Minahasa
- Mendorong pemberdayaan UMKM dan wisata berbasis masyarakat
- Menjadi contoh desa mandiri, inovatif, dan transparan.

Tabel 1. jumlah penduduk

No	Uraian	jumlah
1	Kependudukan jumlah penduduk jumlah KK jumlah laki-laki jumlah perempuan	1.049 313 545 504
2	Kesejahteraan sosial Jumlah KK prasejahter Jumlah KK sejahtera	8 -
3	Tingkat pendidikan SD	130

Promosi media sosial untuk meningkatkan kunjungan wisata alam air terjun kulung-kulung di desa wiau lapi kabupaten minahasa selatan (takatelide, et al.)

	SMP	200
	SMA	123
	Diploma/sarjana	119
4	Mata pencaharian	
	Buruh tani	51
	Petani	173
	Peternak	48
	Pedagang	50
	Penjahit	-
	PNS	30
	Pensiunan	-
	TNI/POLRI	8
	Peangkat desa	15
	Tukang kayu	-
	Tukang batu	-
	Pengrajin	-
	Buru industri	-
	Lain-lain	-
5	Agama	
	Islam	-
	Kristen potestan	1.049
	Katholik	-
	HinduBudah	-

- Kependudukan
Jenis kelamin (sex ratio): tersedia di tingkat Kecamatan Tareran yaitu 104,84—lebih banyak laki-laki dibanding perempuan
- Tingkat Pendidikan
Kesadaran tentang pentingnya pendidikan terutama pendidikan 9 tahun baru terjadi beberapa tahun ini sehingga jumlah lulusan SD dan SLIP mendominasi peringkat utama.
- Mata Pencaharian
Mayoritas mata pencaharian penduduk adalah petani dan buruh tani. Hal ini disebabkan karena sudah turun temurun sejak dahulu masyarakat adalah Petani dan juga minimnya tingkat pendidikan menyebabkan masyarakat tidak punya keahlian lain dan akhirnya tidak punya pilihan lain selain menjadi buruh tani.
- Agama
Seluruh warga masyarakat Desa wiau lapi adalah Kristen, yang terbagi dalam beberapa golongan yaitu GMIM, GPDI.

Nama-nama hukum tua desa wiau lapi sejak berdiri sampai sekarang

Tabel 2. Nama Hukum Tua Desa Wiau Lapi Dari Awal Sampai Sekarang

No	Nama hukum Tua	Periode pemerintahan
1	ARNOLD KALANGI	1890-1903
2	JEHEZKIEL PUNU	1905-1925
3	FREDIK WINERUNGAN	1925-1950
4	WELLEM TOMBENG	1950-1952

Promosi media sosial untuk meningkatkan kunjungan wisata alam airterjun kulung-kulung di desa wiau lapi kabupaten minahasa selatan (takatelide, et al.)

5	SERVIUS A. RANTUNG	1952-1954
6	HENDRIK WINERUNGAN	1954-1959
7	JAN J RANTUNG	1959-1962
8	SERVIUS A MAUN	1962-1963
9	HENDRIK WINERUNGAN	1963
10	JAN J RANTUNG	1963-1991
11	LEXIE J MOKALU	1991-1999
12	EMMA J POSUMAH BA	1999-2006
13	MAARTHIN L PROK	2006-2012
14	JULIN LAURINA MOKALUU	2012-2018
15	ALFRITS FREDDY ASENS. SP	2018-2021
16	CHRISTIAN D V KARAMOY.SE	2021-2022
17	FERRY VENCJE KUMENDONG	2022-2028

Sumber Desa Wiau Lapi

Profil wisata alam air terjun Kulung-Kulung di Desa Wiau Lapi

Air terjun kulung-kulung

Air Terjun Kulung-Kulung merupakan salah satu destinasi alam ikonik di Desa Wiau Lapi yang sarat dengan nilai sejarah dan kearifan lokal. Nama “Kulung-Kulung” sendiri diambil dari kata lokal Minahasa yang berarti “berulang-ulang” atau “berputar-putar”. Konon, air terjun ini dinamai demikian karena pola jatuhnya air yang membentuk pusaran di dasar kolamnya — seolah airnya “berputar” sebelum mengalir ke sungai. Menurut cerita tutur warga tua, sejak zaman nenek moyang, air terjun Kulung-Kulung sudah menjadi tempat mandi alami bagi warga desa, terutama pada masa-masa membuka ladang. Lokasinya yang tersembunyi di balik hutan lebat membuatnya dulu hanya dikenal oleh warga lokal sebagai sumber air bersih dan tempat beristirahat petani.

Di masa lampau, para leluhur Wiau Lapi juga percaya bahwa area sekitar Kulung-Kulung dijaga oleh roh alam, sehingga masyarakat selalu menjaga ketika datang ke air terjun — misalnya tidak boleh berkata kotor, tidak boleh merusak pohon sekitar, dan harus memohon izin dengan berdoa. Nilai adat ini masih diwariskan hingga sekarang. Adapun lokasi jarak dan waktu yang di tempuh Jarak tempuh: Sekitar 60–70 km dari pusat Kota Manado ke Desa Wiau Lapi. Jarak dari jalan raya desa ke lokasi air terjun: Biasanya 1–2 km dari pemukiman desa ke titik trekking Kulung-Kulung. Total estimasi jarak Manado → Air Terjun Kulung-Kulung: Sekitar 65–72 km.

Perkiraan Waktu Tempuh Dengan kendaraan roda empat atau motor: 1,5 – 2 jam perjalanan normal, tergantung lalu lintas. Jalannya sebagian besar sudah aspal, tapi menjelang masuk jalur air terjun biasanya harus berjalan kaki ±15–30 menit jalur tracking dari titik parkir. Berdasarkan pada gambar 1 menunjukan bahwa 10 dari 10 responden menggunakan media sosial tik tok sebagai sarana untuk mengetahui tempat wisat alam air terjun kulung-kulung

Hasil wawancara

1. berikut hasil wawancara dengan pengunjung desa

A .Nama : tegar sandala

Pertanyaan : dari manakah kamu mengenal wisata alam air terjun kulung-kulung?

Jawaban: saya mengenal wisata alam air terjun kulung-kulung ini dari media sosial

B nama : rukmana pontoh

Promosi media sosial untuk meningkatkan kunjungan wisata alam airterjun kulung-kulung di desa wiau lapi
kabupaten minahasa selatan
(takatelide, et al.)

Pertanyaan : apakah pendapat kamu tentang wisata alam air terjun kulung-kulung ?

Jawaban : cukup menarik dengan keindahan alam air terjun kulung-kulung saya bisa menikmati keindahannya

2. berikut ini hasil wawancara dengan SEKDES desa wiau lapi tentang perencanaan

Tabel 3. Wawancara Tentang Pembangunan

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Rencana kedepan dari pemerintah untuk wisata alam ai terjun kulung-kulung	Pemerintah akan melakukan pembangunan lebih lanjut mengenai tempat wisata alam air terjun kulung-kulung. Yang pertama yang harus diperbaiki adalah akses menuju ke lokasi tempat wisata yang saat ini masih rusak, sehingga membuat para pengunjung merasa tidak nyaman dalam melakukan perjalanan menuju ke lokasi wisata. Yang kedua pembangunan mengenai tempat wisata terutama pada kolam renang

Berikut ini hasil wawancar dengan SEKDES desa wiau lapi angaran yang di pakai

Tabel 4. Wawancara Tentang Anggaran

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Dana yang akan di pakai oleh pemerintah untuk pembangunan wisata alam air terjun kulung-kulung	Dana yang akan di pakai untuk pembangunan yaitu anggaran desa tahun ini

Tabel 5. Wawancara Tentang Strategi Promosi Melalui Media Sosial

Berikut ini hasil wawancaradengan pihak wisata alam air terjun kulung-kulung tentang strategi promosi

No	Pertanyaan	Jawban
1	apakah tanggapan dari pihak wisata alam air terjun kulung-kulung dengan adanya strategi promosi melalui media sosial?	Pihak wisata alam air terjun kulung-kulung merasa senang dengan adanya strategi promosi melalui media sosial yang di lakukan di wisata alam air terjun kulung-kulung . semoga dengan adanya strategi promosi melalui media sosial dapat membantu dalam mempublikasikan wisata ala, air terjun kulung-kulung

Hasil Observasi dan Dokumentasi

Dari hasil observasi do wisata alam air terjun kulung-kulung salah satu penghambat kurangnya wisatawan yang datang bekunjung ke wisata alam air terjun kulung-kulung yaitu kurangnya pengetahuan tentang twmpat wisata ini. Oleh karena itu peneliti menemukan cara untuk meningkatkan jumlah pengunjung yang datang untuk berkunjung ke lokasi wisata alam ,yaitu dengan melakukan promosi melalui media sosial.

Analisis

Metode analisis Deskriptif Kualitatif dalam menganalisis situasi dan kondisi yang silkan dari berbagai data berupa kuisisioner dan wawancara Vaktor penghandist yang bual wisata alam air terjun kulung-kulung tidak terlalu dikenal oleh publik dan tidak terlalu banyak pengunjung karena tidak adanya upaya promosi Promosi sangat penting mempublikasikan dan memperkenalkan suatu objek wisata. Peneliti melakukan melalui media sosial karena setelah dilakukan kebanyakan berpendapat bahwa pertama kali mereka mengenal wisata alam air terjun kulung-kulung dari media sosial . Dengan adanya promosi melalui media sosial Famemperbesar peluang untuk menambah jumlah pengunjung kunjungan di wisata alam wisata alam air terjun kulung-kulung.

Pembahasan

Pertanyaan terbuka

Setelah melakuakan daftar pertanyaan terbuka ,peneliti mendapatkan beberapa jawaban dan juga penilaian dari pada pengunjung wisatawan wisata alam air terjun kulung-kulung

- Pertama kali mengetahui tempat wisata, dari 10 responden, 10 berpendapat bahwa pertama kali mereka mengetahui adanya tempat wisata adalah dari media sosial terutama media sosial tik tok. Dari sini dapat disimpulkan bahwa media yang paling efektif dalam mempublikasikan Destinasi wisata alam air terjun kulung-kulung adalah tiktok .Usaha ini dilakukan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisata yang ada di wisata alam.
- Faktor utama dalam membuat wisatawan tertarik untuk datang berkunjung ke lokasi wisata,dari 10 responden, semua menjawab karena Destinasi Wisata yakni keindahan alam berupa air terjun.
- Pendapat mengenai tempat wisata dari 10 responden, 2 berpendapat Sangat Bagus, 6 berpendapat Bagus dan 10 berpendapat Cukup. Dari sini dapat disimpulkan bahwa masih perlu adanya pengembangan dan juga pembangunan yang perlu dilakukan di wisata alam air terjun kulung-kulung agar dapat menarik minat saat berada dilokasi tempat wisata. pengunjung/wisatawan dan juga agar dapat membuat para wisatawan merasa nyaman

Wawancara

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti kepada pihak pemerintah desa wiau lapi, pihak pemerintah menyatakan bahwa akan melakukan pembangunan lebih lanjut menjadi lebih baik lagi sehingga menjadi tempat wisata yang nyaman hadap wisata alam air terjun kulung-kulung dalam rangka untuk membuat wisata alam dikunjungi, terutama pembangunan terhadap akses menuju ke lokasi yang saat ini masih kondisi kurang bagus.

Dengan adanya strategi promosi melalui media sosial yang dilakukan oleh peneliti pihak perintah desa wiau lapi menanggapi bagus dan juga senang. Karena dengan adanya strategi promosi melalui media sosial diharapkan dapat memperkenalkan kepada publik mengenai wisata alam yang ada di desa wiau lapi, sehingga dapat meningkatkan jumlah para wisatawan dan juga pengunjung yang datang ke wisata alam air terjun kulung-kulung.

Observasi

Observasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan memperhatikan beberapa faktor yang ada di tempat wisata alam air terjun kulung-kulung. Salah satu faktor penghambat urangnya jumlah pengunjung yang datang ke Ranopaso Manamburi karena minimnya pengetahuan tentang wisata ini. Oleh karena itu

peneliti melakukan beberapa upaya strategi promosi dalam meningkatkan jumlah kunjungan yang akan datang ke wisata alam Ranopaso Manamburi, salah satunya dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk mempromosikan destinasi wisata yang ada di desa wiau lapi kabupaten minahasa selatan

Setelah melakukan penelitian, Media Sosial yang paling efektif dalam upaya mempromosikan wisata alam air terjun kulung-kulung adalah media sosial tik tok.

melakukan promosi melalui media sosial F peneliti dapat mempublikasikan destinasi wisata alam yang ada di desa wiau lapi sehingga dapat membuat ramai tau tentang wisata alam air terjun kulung-kulung, juga dapat meningkatkan jumlah kunjungan yang datang berkunjung.

Tanggapan-tanggapan yang diberikan oleh para responden semua baik dan mendukung peneliti dalam mempromosikan destinasi wisata alam air terjun kulung-kulung, Dengan dilakukannya promosi melalui media sosial, sangat berpeluang besar dalam memberikan informasi kepada publik juga ramai tentang wisata alam air terjun kulung-kulung, Ini juga akan menambah peluang bagi wisata alam air terjun kulung-kulung dalam menarik minat para wisatawan juga menambah kunjungan yang datang melakukan kunjungan di tempat wisata ini

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan:

1. Dengan adanya strategi Promosi Melalui Media Sosial, dapat mempublikasikan wisata alam yang ada desa wiau lapi.
2. Media Sosial yang paling efektif untuk mempublikasikan wisata alam air terjun kulung-kulung
3. Promosi Melalui Media Sosial yang dilakukan lewat tik tok dapat menambah jumlah kunjungan dan wisatawan yang datang berkunjung di wisata alam air terjun kulung-kulung

UCAPAN TERIMA KASIH

Para penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Negeri Manado melalui Jurusan Pariwisata dan Program Studi Manajemen Perhotelan yang telah mendukung penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adib Munawar. 2019. "Potensi Wisata Alam dalam Kawasan Hutan, Pemanfaatan dan Pengembangan: Studi Kasus di Kabupaten Maros Sulawesi Selatan". Penerbit Inti Mediatama, (2019).
- Aldila Dyas Nurfitri. Jurusan Bimbingan dan Konseling.FIP.Universitas Negeri Semarang.
- Charlie Bernando Halomoan Samosir 2015. "Jurnal Pengaruh Persepsi Harga dan Prmosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen" dalam Jurnal ilmiah Manajemen dan bisnis.
- Mercu Buana 1(3),96826,2015.Penda Sudarto Hasugian 2018."Jurnal of Informatic Pelita Nusantara 3(1),2018. E-jurnal.pelitanusantara.ac.id

- Mulawarman. Jurusan Bimbingan dan Konseling.FIP.Universitas Negeri Semarang 2017 "Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan" dalam Jurnal UGM Buletin Psikologi Vol.25 no.1,36-44 (2017).
- Pagayang, D., Kamagi, J., & Towoliu, B. I. (2025). Analisis Kesiapan Masyarakat Terhadap Pengembangan Homestay Di Desa Wiau Lapi, Kabupaten Minahasa Selatan, Propinsi Sulawesi Utara. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, 1(3), 975-987.
- Syafnidawati 2020. Universitas Raharja 2020. Raharja.ac.id/2020/11/10/observasi.
- Towoliu, B. I., Permana, D. E., Gahung, M. D., & Lumettu, A. (2018). Ecotourism Village Feasibility Assessment Analysis: The Case of Bahoi Village, in North Minahasa Regency, Indonesia. *Almatourism-Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 9(17), 137-152.
- Towoliu, B. I. (2021). Kajian Penilaian Desa Bahoi Sebagai Desa Ekowisata Di Kabupaten Minahasa Utara Propinsi Sulawesi Utara. CV. Azka Pustaka.
- Towoliu, B. I., & Polii, B. D. (2021). Pengabdian Masyarakat Pariwisata.
- Wenas, P. L., Sangari, F., Pangemanan, J., Towoliu, B. I., & Mandulangi, J. (2023). ARE THE LOCAL COMMUNITIES READY IN MANAGING HOMESTAYS? A CASE STUDY IN PULISAN VILLAGE, LIKUPANG, NORTH MINAHASA REGENCY, INDONESIA. *Revista de turism-studii și cercetări în turism*, (36).
- Wenas, P. L., Natos, C. D., Rompas, M. D., & Towoliu, B. I. (2024). How the word of mouth marketing strategy influence the consumer buying interest?(A case of genestick product). *Journal of Commerce, Management, and Tourism Studies*, 3(3), 146-152.
- Wenas, P. L., Rattu, F. V., Lewan, Y. S., Sangari, F., Mangolo, M. C., Mandulangi, J., & Towoliu, B. I. (2024). Does Story Telling Marketing Influence Consumer Purchase Decisions? A Case of A Classic Mocktail Made From Salak Bean Coffee. *International Journal of Tourism Business Research*, 3(2), 81-88.