

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Dalam memutuskan pilihan untuk melakukan kunjungan ke daerah tujuan wisata, wisatawan tentunya mempunyai beberapa referensi sebelum mengambil keputusan tempat wisata mana yang akan di kunjungi. Keputusan berkunjung merupakan hasil dari seluruh proses dalam memilih suatu daerah tujuan wisata sampai pada melakukan tindakan berkunjung ke suatu destinasi atau daerah tujuan wisata. Menurut (Kotler & Philip 2009 diacu oleh Istiqomah 2021) keputusan berkunjung adalah suatu tahap atau proses seorang konsumen membuat keputusan akhir untuk membeli produk atau jasa yang sangat diinginkan, yang mana keputusan untuk menunda ataupun menghindari dapat dipengaruhi oleh apa yang pernah dialami. Oleh sebab itu, sangat penting untuk setiap daerah tujuan wisata diharuskan dapat menarik wisatawan untuk berkunjung. Karena semakin tinggi tingkat keputusan berkunjung wisatawan dalam berkunjung tentu semakin tinggi juga daerah tujuan wisata tersebut akan berkembang.

Keputusan seorang wisatawan ketika hendak berwisata dipengaruhi oleh kuatnya faktor penarik. Faktor penarik sendiri merupakan faktor yang bersifat dari luar atau eksternal yang memotivasi wisatawan dalam pengambilan keputusan untuk berwisata. Faktor penarik berasal dari suatu daya tarik wisata yang dapat menarik wisatawan untuk mengunjungi daerah tujuan wisata tersebut (Fandeli 1995 diacu oleh Istiqomah 2021). Seperti dikutip dari (Pitana 2005 diacu oleh Istiqomah 2021) bahwa faktor penarik untuk melakukan kegiatan wisata sangat penting diketahui oleh siapapun yang berkecimpung dalam dunia pariwisata. Faktor penarik yang dimiliki oleh suatu destinasi wisata akan menyebabkan wisatawan memilih destinasi wisata tertentu untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya.

Menurut Jackson 1989 (Diacu oleh Nabila aurelia putri 2025) dalam (Pitana & Gayatri, 2005 diacu oleh Nabila aurelia putri 2025) menjelaskan bahwa faktor penarik dapat mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan, yakni dilihat dari kondisi daya tarik wisata di suatu obyek wisata. Dapat dikatakan bahwa daya tarik menjadi pemicu dalam kunjungan seseorang (Suwardjoko, 2007 diacu oleh Nabila aurelia putri 2025). Daya tarik wisata sendiri bisa berupa apa saja yang mempunyai keunikan serta menarik untuk dilihat dan dikunjungi (Pendit, 1994 diacu oleh Nabila aurelia putri 2025). Selain definisi tersebut, daya tarik wisata adalah faktor utama didalam keberlangsungan kegiatan wisata, karena adanya daya tarik wisata tersebut dapat mengundang wisatawan untuk berkunjung. Hal tersebut diperkuat oleh Hidayah (2019) yang mendefinisikan daya tarik wisata adalah sebuah kekuatan untuk mendatangkan wisatawan. Oleh karena itu, daya tarik menjadi hal penting dalam suatu kawasan wisata. Tanpa adanya suatu daya tarik wisata tidak ada wisatawan yang akan berkunjung.

Ekowisata merupakan tipe perjalanan wisata yang bukan hanya sekedar berwisata saja, namun ekowisata adalah suatu kegiatan wisata atau perjalanan wisata yang bertanggung jawab terhadap pelestarian lingkungan alam dan budaya masyarakat lokal. Menurut (The Ecotourism Society 1990, diacu oleh Aliet Noorhayati Sutisno dan Arief Hidayat Afendi 2018) mendefinisikan ekowisata sebagai suatu bentuk perjalanan di kawasan alam yang dilakukan dengan tetap menjaga kelestarian lingkungan dan melestarikan kehidupan dan kesejahteraan penduduk setempat. Didalam ekowisata menerangkan beragam wisata yang memanfaatkan keunikan alam menjadi daya tarik wisatanya. Ekowisata adalah jenis wisata yang menggabungkan fitur budaya, mempromosikan konservasi, memastikan dampak pengunjung rendah, dan keterlibatan masyarakat lokal dalam membina kelestarian lingkungan alam (Shazmin et al, 2018).

Menurut Sudarto (1999 diacu oleh Siti qotrunnada seftyara 2022)) dalam (Subadra, 2008 diacu oleh Siti qotrunnada seftyara 2022))

menyatakan bahwa terdapat empat elemen penting yang dijadikan sebagai daya tarik wisata di daerah kawasan ekowisata, keempat elemen tersebut antara lain (1) Kondisi Alam, antara lain: Hutan Tropis, Hutan Mangrove, Terumbu Karang, dan lain-lain; (2) Kondisi Flora dan Fauna yang Unik dan Langka, antara lain: Rafflesia, Orang Utan, Badak, Komodo dan lain-lain; (3) Kondisi Fenomena Alam, antara lain: Gunung Krakatau, Gunung Batur, Danau Kelimutu dan lain-lain; (4) Kondisi Adat Istiadat dan Budaya, antara lain: Bali, Sumba, Irian Jaya dan lain-lain. Dikutip dari ([superadventure.co.id](http://superadventure.co.id)), secara konsep besar ekowisata memiliki setidaknya tiga komponen penting yang harus dilakukan. ketiga komponen tersebut yakni konservasi alam, meningkatkan kesadaran lingkungan hidup dan memberdayakan masyarakat lokal. Hal tersebut sejalan dengan tujuan utama ekowisata yaitu melestarikan lingkungan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal, dan mengedukasi para wisatawan. Adapun kegiatan yang dapat dilakukan di kawasan ekowisata menurut (Subadra, 2008 diacu oleh Siti qotrunnada seftyara 2022) antara lain melihat beragam jenis burung (bird watching), pengamatan pada satwa liar (wild life viewing), memancing (fishing), menyelam (diving), menjelajah kehidupan dibawah laut serta dapat juga melakukan penelitian dan ekspedisi (research an expedition).

Kawasan ekowisata hutan mangrove Karangsong di Kabupaten Indramayu telah menunjukkan peningkatan kunjungan wisatawan sejak dibuka pada pertengahan 2015. Kawasan ini tidak hanya menawarkan keindahan dan keanekaragaman ekosistem mangrove, tetapi juga memberikan dampak positif terhadap ekonomi masyarakat sekitar melalui lapangan pekerjaan dan usaha kecil yang berkembang di kawasan tersebut. Namun, demi mempertahankan dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, promosi yang efektif sangat dibutuhkan.

Promosi digital memiliki peran strategis dalam hal ini. Melalui pemasaran digital, informasi tentang keunikan, daya tarik, dan kegiatan wisata di ekowisata mangrove Karangsong dapat disebarluaskan secara

cepat dan luas kepada target audiens yang beragam. Penggunaan media sosial, konten visual menarik (foto, video), serta interaksi langsung dengan calon pengunjung meningkatkan kesadaran dan citra positif destinasi. Hal ini berdampak pada peningkatan minat dan keputusan wisatawan untuk berkunjung.

Pendekatan promosi digital juga memungkinkan pengelola kawasan untuk mengikuti tren dan preferensi wisatawan masa kini, yang semakin banyak mengandalkan informasi digital dalam merencanakan perjalanan. Selain itu, promosi digital mendukung strategi pemasaran yang lebih terarah dan efisien, mempertemukan wisatawan dengan pengalaman ekowisata yang edukatif dan konservatif di Karangsong. Dengan demikian, peran promosi digital menjadi sangat penting dalam mendukung pertumbuhan kunjungan wisatawan sekaligus menjaga keberlanjutan ekosistem mangrove dan kesejahteraan masyarakat sekitar.

Peran promosi digital dalam mendukung kunjungan wisatawan ke ekowisata hutan mangrove Karangsong sangat vital dan multifaset. Dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi, promosi digital menjadi salah satu strategi utama yang digunakan oleh pengelola destinasi wisata, terutama ekowisata yang memiliki nilai edukasi dan konservasi seperti mangrove Karangsong.

Promosi digital menggunakan berbagai platform seperti media sosial (Instagram), website resmi destinasi, untuk menyampaikan informasi mengenai keunggulan, kegiatan wisata, dan pentingnya pelestarian mangrove kepada publik. Konten yang disajikan berupa foto, video, hingga cerita perjalanan wisatawan yang membuat calon pengunjung lebih mudah memahami dan merasakan daya tarik ekowisata tersebut.

Selain meningkatkan jangkauan informasi secara luas dan cepat, promosi digital juga efektif menurunkan biaya pemasaran dibandingkan metode konvensional. Hal ini penting bagi destinasi ekowisata yang biasanya memiliki anggaran terbatas untuk promosi. Digital marketing juga memungkinkan personalisasi pesan promosi sesuai dengan segmen

wisatawan yang ditargetkan, sehingga meningkatkan relevansi dan daya tarik iklan.

Dalam konteks ekowisata Karangsong, promosi digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana pemasaran, tetapi juga sebagai media edukasi yang mengangkat kesadaran tentang pentingnya konservasi hutan mangrove. Melalui postingan dan kampanye edukasi, wisatawan diajak memahami manfaat ekologis mangrove sebagai pelindung pantai, habitat satwa, dan sumber penghidupan masyarakat lokal.

Interaksi dua arah lewat media sosial memberikan nilai tambah berupa feedback langsung dari pengunjung yang dapat menjadi bahan evaluasi dan pengembangan pelayanan. Pengelola juga dapat melakukan analisis data perilaku digital pengunjung untuk mengembangkan strategi pemasaran yang adaptif dan efektif.

Selain itu, promosi digital mendukung keberlanjutan ekowisata dengan mendorong partisipasi masyarakat lokal dalam pengelolaan destinasi melalui kampanye digital yang mengangkat cerita-cerita lokal, produk kerajinan, dan pelayanan wisata berbasis komunitas. Ini membantu memperkuat keterikatan antara masyarakat, pengunjung, dan lingkungan.

Secara keseluruhan, peran promosi digital dalam mendukung kunjungan wisatawan ke ekowisata hutan mangrove Karangsong meliputi peningkatan jangkauan promosi, penguatan citra destinasi, pendidikan dan peningkatan kesadaran konservasi, interaksi dengan wisatawan, peningkatan partisipasi masyarakat, serta pengembangan inovasi wisata digital yang berkelanjutan. Semua aspek ini sinergis dalam membangun destinasi yang tidak hanya menarik secara komersial, tetapi juga bertanggung jawab terhadap pelestarian alam dan kesejahteraan masyarakat sekitar.

Kawasan Mangrove Karangsong merupakan salah satu obyek wisata alam yang memiliki konsep ekowisata. Kawasan Ekowisata Mangrove Karangsong memiliki luas sekitar kurang lebih 20 hektar. Kawasan Ekowisata Mangrove ini banyak sekali yang dijadikan sebagai obyek

ekowisata seperti keindahan alamnya dan keberagaman flora dan fauna serta kegiatan sosial ekonomi masyarakat setempat. Keindahan alam yang dimiliki yaitu hutan mangrove yang tumbuh dan ekosistemnya serta pemandangan Pantai Lestari Karangsong. Keanekaragaman fauna yang terdapat di kawasan ekowisata mangrove Karangsong yaitu kelompok burung (*Aves*), *Molusca* dan *Crustacea*. Jenis mangrove yang terdapat di Kawasan Ekowisata Mangrove Karangsong yaitu *Avicenia alba*, *A. marina*, *Rhizophora mucronata*, *R. apiculata* dan *R. stylosa*. Selain jenis mangrove yang telah disebutkan, terdapat pula jenis pohon lainnya yang menambah kawasan ekowisata ini terasa sejuk.

Adapun aktivitas wisata yang dapat dilakukan di Kawasan Ekowisata Mangrove Karangsong ini yaitu berkeliling hutan mangrove dengan menaiki perahu kayu yang dibuat oleh masyarakat setempat. Aktivitas lainnya yaitu menikmati hutan mangrove dengan cara berjalan kaki sambil mempelajari ilmu pengetahuan baru tentang ekosistem mangrove, keberagaman flora dan fauna serta mengetahui manfaat dari tanaman mangrove dengan jalur yang terbuat dari bambu yang dianyam oleh masyarakat daerah sekitar. Walaupun belum seluruhnya dikelola dengan menggunakan prinsip ekowisata, kawasan ekowisata mangrove Karangsong ini telah memperbaiki berbagai aktivitas wisata edukasi seperti *disclaimer*. Lalu di kawasan ekowisata mangrove ini terdapat menara pandang untuk mendukung aktivitas *Bird Watching*. Aktivitas lain yang dapat dilakukan yaitu menikmati keindahan Pantai Lestari Karangsong, dan juga berfoto. Selain itu wisatawan bisa melihat langsung para nelayan yang sedang membuat perahu atau kapal yang berukuran kecil maupun besar disepanjang jalan menuju kawasan ekowisata.

Kawasan Ekowisata Mangrove yang berlokasi di desa Karangsong Kabupaten Indramayu ini memberikan dampak positif bagi masyarakat daerah sekitar kawasan ekowisata. Dengan adanya kawasan ekowisata tersebut memberikan lapangan pekerjaan baru dan juga peningkatan kesejahteraan ekonomi bagi masyarakat daerah sekitar kawasan ekowisata.

Dikarenakan sebelum adanya pembukaan kawasan ekowisata, masyarakat sekitar hanya mengandalkan mata pencaharian sebagai nelayan kecil, dan setelah dibukanya kawasan ekowisata, banyak masyarakat yang mendirikan kios-kios (warung) yang menawarkan beragam produk makanan dan minuman yang berbahan dari mangrove. Disamping itu, masyarakat setempat juga diberdayakan sebagai pengelola dan juga pemadu wisata (tour guide). Kawasan ekowisata mangrove Karangsong ini selain dijadikan obyek wisata juga merupakan wilayah konservasi yang mana memiliki tujuan untuk pelestarian lingkungan. Dimana kawasan mangrove ini berfungsi sebagai green belt untuk melindungi wilayah pesisir pantai Karangsong dari abrasi.

Sejak dibuka sebagai kawasan obyek wisata pada pertengahan tahun 2015, jumlah tingkat kunjungan wisatawan di Kawasan Ekowisata Mangrove Karangsong cenderung meningkat dari tahun 2015 hingga 2018, jumlah pengunjung tercatat sebanyak 72.975 orang. Pada tahun 2016, jumlah ini meningkat menjadi 90.518 orang, dan pada semester pertama 2017 sudah mencapai 72.860 orang, pada 2018 sendiri mencapai 148.881 orang.

Pada tahun 2024 sendiri wisatawan yang berkunjung ke ekowisata hutan mangrove sendiri hanya mencapai 103.062 orang yang Dimana mengalami penurunan semenjak terjadinya Covid-19. Dimana sebelum adanya Covid-19, pada tahun 2020 pengunjung mencapai 269.246 orang, dan mengalami penurunan pengunjung pada tahun 2022 yang hanya 82.641 orang.

Yang berarti daya tarik ekowisata di kawasan ini mampu menarik atau memotivasi banyak wisatawan untuk berkunjung. Oleh sebab itu Kawasan Ekowisata Mangrove Karangsong dinilai sesuai dengan konteks penelitian yaitu untuk mengetahui bagaimana faktor daya tarik ekowisata mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan.

## **B. Perumusan Masalah**

### **1. Identifikasi Masalah**

Identifikasi masalah yang berkaitan dengan Peran Promosi Digital Dalam Mendukung Kunjungan Wisatawan Ke Ekowisata Hutan Mangrove Karangsong dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Faktor daya tarik ekowisata yang masih kurang mendukung di Kawasan Ekowisata Hutan Mangrove Karangsong
2. Kunjungan wisatawan relative belum stabil dikawasan Ekowisata Hutan Mangrove Karangsong
3. Promosi Digital untuk Ekowisata Hutan Mangrove Karangsong yang belum optimal

### **2. Pembatasan Masalah**

Untuk mencegah pelebaran pembahasan dalam penelitian ini, maka peneliti memfokuskan beberapa hal yang dijadikan objek penelitian yang mengacu pada latar belakang, sehingga penelitian ini dilakukan dengan tertib. Penelitian ini akan membatasi diri pada promosi digital yang telah dipergunakan di ekowisata hutan mangrove karangsong, seperti menggunakan platform digital untuk mempromosikan ekowisata hutan mangrove karangsong. Pembatasan ini dimaksudkan agar penelitian lebih terfokus dan mendalam pada peran promosi digital dalam mendukung kunjungan wisatawan ke ekowisata hutan mangrove karangsong.

### **3. Rumusan Masalah**

Sesuai dengan identifikasi masalah di atas berkaitan dengan Peran Promosi Digital Dalam Mendukung Kunjungan Wisatawan Ke Ekowisata Hutan Mangrove Karangsong sebagai berikut:

1. Apa saja daya Tarik wisata di ekowisata Hutan mangrove Karangsong?
2. Upaya dan kendala apa saja yang dihadapi dalam mempromosikan ekowisata Hutan Hutan Mangrove Karangsong?



3. Bagaimana peran media Digital dalam mempromosikan Ekowisata Hutan Mangrove Karangsong untuk mendukung kunjungan wisatawan?

## **C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan dari penelitian ini**

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan diatas, maka penulis memiliki tujuan penelitian sebagai berikut:

- a. Memahami bagaimana Daya Tarik Wisata di ekowisata hutan mangrove karangsong.
- b. Menjelaskan tentang Upaya dan kendala yang dihadapi dalam mempromosikan ekowisata hutan mangrove karangsong.
- c. Memahami peran media digital dalam mempromosikan ekowisata hutan mangrove karangsong untuk mendukung kunjungan wisatawan

### **2. Manfaat dari penelitian ini**

#### **a. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini dapat memperkaya kajian teori komunikasi digital dan pemasaran pariwisata dengan menambah pemahaman tentang bagaimana media digital berfungsi sebagai alat promosi efektif dalam konteks destinasi wisata lokal. Selain itu, penelitian ini juga berkontribusi pada pengembangan teori perilaku konsumen wisata melalui media digital, khususnya dalam memahami motivasi dan respons wisatawan terhadap konten promosi digital.

#### **b. Manfaat Praktis**

- 1) Bagi pengelola Kawasan ekowisata mangrove karangsong, penulis berharap hasil dari penelitian ini dapat memberikan sedikit pemiikiran mengenai peran promosi digital dalam mendukung kunjungan wisatawan ke ekowisata hutan mangrove karangsong.

- 2) Bagi Masyarakat, Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sedikit masukan dalam menjaga dan mengembangkan ekowisata sebagai usaha ekonomi kreatif
- 3) Bagi pemerintah, diharapkan bisa menjadi sedikit masukan dalam meninjau kebijakan dalam pengembangan kawasan ekowisata, khususnya ekowisata mangrove.

#### D. Penelitian Terdahulu

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

| No | Nama Peneliti                                              | Judul Penelitian                                                              | Persamaan                                                                                                            | Perbedaan                                                                     |
|----|------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Aulia Rosdiana Tufliha, Daffa Manggala Putra, dkk (2019)   | Kondisi Ekosistem Mangrove dikawasan Ekowisata Karangsong Kabupaten Indramayu | Persamaan dari penelitian ini adalah, membahas tentang ekosistem hutan mangrove.                                     | Perbedaan dalam penelitian ini yaitu dengan narasumber dan tahun yang berbeda |
| 2  | Riana Purnamasari, Djoko Suprpto dan Frida Purwanti (2015) | Pengembangan Ekowisata Mangrove Desa Karangsong, Kabupaten Indramayu          | Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama melakukan pengambilan data melalui wawancara dan observasi. Melakukan | Perbedaan dalam penelitian ini yaitu ditahun yang berbeda membahas.           |

| No | Nama Peneliti                                                                         | Judul Penelitian                                                                                                                  | Persamaan                                                                                                                                                                                       | Perbedaan                                                      |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
|    |                                                                                       |                                                                                                                                   | <p>penelitian terhadap ekowisata di hutan mangrove karangsong. Cara pengembangan objek daya tarik Kawasan ekowisata mangrove karangsong.</p>                                                    |                                                                |
| 3  | <p>Donny Juliandri Prihadi, Indah Riyantini dan Mochamad Rudyansyah Ismail (2017)</p> | <p>Pemberdayaan kelompok Masyarakat karangsong, Kabupaten Indramayu, guna meningkatkan Kawasan Ekowisata Mangrove Lebih Baik.</p> | <p>Persamaan dari penelitian ini membahas tentang pentingnya ekosistem mangrove dan konsep ekoturisme. Pemberdayaan dari Masyarakat yang perlu ditingkatkan agar kelompok pengelola Kawasan</p> | <p>Perbedaan dari penelitian ini adalah tahun yang berbeda</p> |

| No | Nama Peneliti                                                                   | Judul Penelitian                                                                                                                            | Persamaan                                                                                      | Perbedaan                                            |
|----|---------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
|    |                                                                                 |                                                                                                                                             | ekowisata mangrove dapat menjaga lebih baik dan bersih agar meningkatkan kedatangan wisatawan. |                                                      |
| 4  | Noeraeni<br>Desnin<br>Kurniawati,<br>Evita Hanie<br>Pangaribowo<br>(2016)       | Valuasi ekonomi ekosistem Mangrove didesa Karangsong, Indramayu (Economic valuation of mangrove ekosistem In Karangsong Village, Indramayu) | Persamaan dari penelitian ini membahas tentang terkait pemanfaatan ekosistem hutang mangrove   | Perbedaan penelitian ini adalah tahun yang berbeda   |
| 5  | Agus<br>Kurniawan<br>Mastur, Dela<br>Pratiwi,<br>Septian Fajar<br>Nugroho, Irma | Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alat Promosi Ekowisata Hutan                                                                               | Persamaan dari penelitian ini adalah bagaimana manfaat dari promosi digital                    | Perbedaan dari penelitian ini Adalah pada tempat dan |

| No | Nama Peneliti                                                                   | Judul Penelitian                                                                                                             | Persamaan                                                                                           | Perbedaan                                                                |
|----|---------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
|    | Rizki, Yuliana, Buyud Iqbal Ardiansyah, Sari Asih, Niken Kinanti Pratiwi (2023) | Mangrove Pangkal Babu                                                                                                        | untuk keberlangsungan wisata                                                                        | tahun penelitian                                                         |
| 6  | Andreas Syah Pahlevi, Muhammad Arif Fadlurrahman (2024)                         | Penerapan RACE Model Pada Media Promosi Ekowisata Mangrove Hijau Daun Pulau Bawean sebagai upaya Integrasi Pemasaran Digital | Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang promosi pemasaran                   | Perbedaan dari penelitian ini adalah berbeda tempat dan tahun penelitian |
| 7  | Istiqomah, Fitri Rahmafitria, Reiza Miftah Wirakusuma (2022)                    | Pengaruh faktor daya tarik ekowisata terhadap Keputusan berkunjung wisatawan dikawasan mangrove karangsong                   | Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang ekowisata hutan mangrove karangsong | Perbedaan dari penelitian ini adalah pada tahun yang berbeda             |

| No | Nama Peneliti                                                                                                                                  | Judul Penelitian                                                                                                                | Persamaan                                                                                                               | Perbedaan                                                                |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                                                                                                                | kabupaten<br>indramayu                                                                                                          |                                                                                                                         |                                                                          |
| 7  | Layaman dan Kintan Yuniar rahmawati (2023)                                                                                                     | Pendampingan UMKM dalam Peningkatan Kualitas Pemasaran Berbasis Digital di Desa Bakung Lor Kecamatan Jamblang Kabupaten Cirebon | Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pemasaran atau promosi menggunakan media digital        | Perbedaan dari penelitian ini adalah pada tempat dan tahun yang berbeda  |
| 8  | Baktivillo Sianipar, Kartika cahayani, Okta Safitri, Bram Handoko, Dinda Aisyah Nurul Intan, M Khorri Kurnia Subagja, Frangky Silitonga (2024) | Media sosial sebagai alat pemasaran mangrove pandang tak jemu dikampung tua bakau serip                                         | Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama menggunakan media sosial atau digital untuk alat mempromosikan ekowisata | Perbedaan dari penelitian ini adalah berbeda tempat dan tahun penelitian |
| 9  | Rendy Putra Anggara,                                                                                                                           | Optimasi strategi                                                                                                               | Persamaan dari penelitian ini                                                                                           | Perbedaan dari                                                           |

| No | Nama Peneliti                                                               | Judul Penelitian                                                                                                                       | Persamaan                                                                        | Perbedaan                                                    |
|----|-----------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
|    | Khairunnisa,<br>Khairul Hafsar<br>(2025)                                    | pemasaran digital pada ekowisata mangrove pandang tak jemu kota batam melalui sosial media                                             | adalah sama-sama membahas tentang pemasaran digital ekowisata mangrove           | penelitian ini adalah berbeda tempat dan tahun penelitiannya |
| 10 | Erlinda Indrayani,<br>Jumanah<br>(2023)                                     | Strategi pengembangan ekowisata hutan mangrove pantai dikarangsong indramayu melalui pendekatan Ecotourism Opportunity Spectrum (ECOS) | Persamaan dari penelitian ini adalah tentang ekowisata hutan mangrove karangsong | Perbedaan dari penelitian ini adalah pada tahun yang berbeda |
| 11 | Arta Suprayogi<br>Widyana, Azis<br>Maruapey,<br>Lona H<br>Nanholy<br>(2024) | Studi Persepsi Pengunjung Terhadap Taman Wisata Mangrove Klwalu Kota Sorong                                                            | Sama-sama membahas tentang persepsi pengunjung tentang ekowisata mangrove        | Perbedaan dari penelitiannya ini adalah berbeda tempat dan   |

| No | Nama Peneliti                                      | Judul Penelitian                                                                                                                                   | Persamaan                                                                          | Perbedaan                                                               |
|----|----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                    |                                                                                                                                                    |                                                                                    | tahun penelitian                                                        |
| 12 | Nico Harro Silalahi (2019)                         | Identifikasi Potensi dan Strategi Pemasaran Ekowisata Mangrove (Kasus: Ekowisata Mangrove Karangsong Indramayu– Jawa Barat)                        | Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama meneliti ditempat yang sama         | Perbedaan dari penelitian ini adalah pada tahun yang berbeda            |
| 13 | Salmiya Ismail Salam, Ratna Lindawati Lubis (2024) | Digital Marketing Strategy for Mangrove Ecotourism Towards Sustainable Development Goals (SDG) 8.3 (Case Study: Rawa Aopa Watumohai National Park, | Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang ekowisata mangrove | Perbedaan dari penelitian ini adalah pada tahun dan tempat yang berbeda |



| No | Nama Peneliti                                                      | Judul Penelitian                                                                                                        | Persamaan                                                                             | Perbedaan                                               |
|----|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
|    |                                                                    | Southeast Sulawesi)                                                                                                     |                                                                                       |                                                         |
| 14 | Kartika Cahayani (2024)                                            | Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran Mangrove Pandang Tak Jemu Dikampung Tua Bakau Serip                                 | Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang promosi               | Perbedaannya adalah pada tempat dan tahun               |
| 15 | Nikolas Natalio Grattius Cahyosusatyo, Rini Kartika Hudiono (2024) | Pengaruh Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Angka Kunjungan Melalui Citra Destinasi Jungleland Pasca Pandemi Covid 19 | Sama-sama membahas tentang pemasaran digital                                          | Berbeda tempat dan tahun                                |
| 16 | Halimatus Sa'diyah, Boedi Hendrarto dan Siti Rudiyantri (2017)     | Determinasi faktor penting berdasarkan aktivitas Masyarakat untuk                                                       | Persamaan dari penelitian ini adalah mencari faktor apa yang dilakukan Masyarakat dan | Perbedaan penelitian ini adalah pada tahun yang berbeda |

| No | Nama Peneliti | Judul Penelitian                                                                          | Persamaan                                                                                    | Perbedaan |
|----|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
|    |               | pengembangan Kawasan rehabilitasi Hutan Mangrove dipantai Karangsong, Kabupaten Indramayu | pengelola dalam menarik minat wisatawan untuk berkunjung kekawasan Hutan Mangrove Karangsong |           |

#### E. Kerangka Pemikiran

Kerangka teori yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah peneliti melakukan pengamatan dengan cara wawancara dengan wisatawan dan Masyarakat lokal untuk memahami persepsi tentang keanekaragaman hayati, kesehatan ekosistem dan keindahan alam hutan mangrove karangsong. Dan dengan cara observasi langsung untuk mencatat kondisi fisik hutan mangrove, dan berinteraksi antara wisatawan dan lingkungannya.

##### 1. Promosi Digital yang belum optimal

Promosi digital yang belum optimal perlunya pengembangan strategi digital yang terfokus pada penyampaian konten edukatif dan menarik, optimalisasi pemanfaatan media sosial dan teknologi digital, peningkatan kapasitas pengelola, serta integrasi dengan manajemen destinasi untuk mendukung keberlanjutan ekowisata Hutan Mangrove Karangsong.

Promosi digital ekowisata hutan mangrove Karangsong saat ini belum optimal karena kurangnya pemanfaatan media sosial secara maksimal. Meskipun platform seperti Instagram, Facebook, dan

YouTube sudah digunakan, konten yang disajikan masih minim variasi dan kurang interaktif. Hal ini menyebabkan potensi jangkauan pasar menjadi terbatas, terutama untuk menjangkau wisatawan muda yang sangat aktif di dunia digital.

Website resmi ekowisata ini juga belum sepenuhnya responsif dan informatif. Beberapa informasi penting seperti jadwal kunjungan, paket wisata, dan kegiatan edukasi masih kurang lengkap atau sulit diakses. Kurangnya fitur booking online dan ulasan pengunjung membuat calon wisatawan ragu untuk merencanakan kunjungan, sehingga peluang konversi menjadi wisatawan nyata tidak optimal.

Penggunaan teknologi pemasaran digital yang lebih canggih seperti SEO (Search Engine Optimization) dan iklan berbayar (Google Ads, Facebook Ads) juga belum maksimal. Tanpa optimasi SEO, website dan konten digital Karangsong sulit muncul di halaman mesin pencari, menurunkan potensi visibilitas dari target audiens yang mencari destinasi ekowisata. Ini menjadi kendala dalam meningkatkan awareness dan menarik kunjungan yang lebih luas.

Selain itu, kurangnya kolaborasi dengan influencer atau travel blogger membuat promosi digital Karangsong kurang mendapatkan dorongan viral yang signifikan. Influencer berperan penting dalam membangun kepercayaan calon wisatawan melalui rekomendasi personal yang kuat. Saat ini, pendekatan promosi masih terpusat pada konten standar tanpa memanfaatkan kekuatan storytelling yang bisa menarik perhatian dan membangun engagement.

Belum ada strategi digital yang terintegrasi dan berkelanjutan untuk menjaga interaksi dengan pengunjung online. Aktivitas seperti newsletter, konten blog tentang keanekaragaman hayati, update event, serta testimonial wisatawan kurang dikembangkan. Ini menyebabkan pelanggan potensial tidak terjaga ketertarikannya dan peluang membangun komunitas pengunjung yang loyal menjadi hilang. Promosi

digital Karangsong perlu dirancang ulang agar lebih sistematis dan efektif.

## **2. Faktor Pendukung dan Daya Tarik**

### **a. Faktor Pendukung**

Faktor pendukung utama kunjungan ekowisata Hutan Mangrove Karangsong meliputi daya tarik alam dan aktivitas wisata, fasilitas yang memadai, aksesibilitas yang mudah, keterlibatan masyarakat lokal, serta pengelolaan dan promosi yang efektif. Sinergi dari faktor-faktor ini sangat menentukan keberhasilan dan daya tarik ekowisata mangrove Karangsong bagi wisatawan.

Partisipasi masyarakat lokal menjadi faktor pendukung krusial melalui pengelolaan partisipatif yang meningkatkan kesejahteraan dan interaksi langsung dengan wisatawan. Persepsi positif masyarakat terhadap kegiatan ekowisata mendukung rehabilitasi mangrove pasca-kerusakan konversi lahan, sekaligus memastikan pemanfaatan sebagai wisata alam dan mata pencaharian. Tingkat partisipasi tinggi ini memperkuat komitmen pelestarian ekosistem.

Aksesibilitas geografis yang strategis, dekat ibu kota Indramayu, memudahkan transportasi dan menarik wisatawan domestik maupun internasional. Lokasi pesisir utara dengan panorama pantai Karangsong menambah nilai estetika, didukung fasilitas dasar seperti jalan setapak dan gazebo untuk kenyamanan pengunjung. Hal ini menjadikan Karangsong prospektif sebagai kawasan wisata unggulan.

### **b. Daya Tarik**

Ekowisata hutan mangrove Karangsong memiliki daya tarik yang kuat karena keunikan ekosistemnya yang kaya akan flora dan fauna. Hutan mangrove ini menjadi habitat berbagai jenis tumbuhan khusus yang mampu bertahan di lingkungan payau, serta

menyediakan tempat tinggal bagi banyak spesies burung, ikan, dan biota laut lainnya. Keanekaragaman hayati ini menarik wisatawan yang tertarik dengan observasi alam dan fotografi satwa, sehingga menambah nilai edukatif dari kunjungan wisata.

Faktor lingkungan yang asri dan alami juga menjadi daya tarik utama ekowisata mangrove Karangsong. Suasana tenang dengan udara segar dan pemandangan hijau yang luas menciptakan pengalaman rekreasi yang menyenangkan bagi pengunjung. Keberadaan jalur trekking dan jembatan kayu di dalam hutan memungkinkan wisatawan untuk menikmati keindahan alam sambil belajar tentang pentingnya ekosistem mangrove, sekaligus mendukung pelestarian lingkungan.

Potensi edukasi lingkungan menjadi nilai jual penting lain dari Karangsong. Wisata ini menyediakan peluang untuk belajar langsung tentang fungsi mangrove dalam mencegah abrasi pantai, menjaga kualitas air, dan menjadi kawasan penyangga iklim. Aktivitas edukasi yang dikemas dengan interaktif seperti workshop atau tur interpretatif menjadikan pengunjung lebih sadar akan pentingnya konservasi hutan mangrove.

Daya tarik tambahan adalah keberadaan komunitas lokal yang mengelola ekowisata secara partisipatif. Keterlibatan masyarakat sekitar dalam menjaga dan mengembangkan objek wisata ini memberikan nuansa budaya dan sosial yang khas, sekaligus memperlihatkan hubungan harmonis antara manusia dan alam. Hal ini juga membuka kesempatan bagi wisatawan untuk mengenal aktivitas tradisional seperti budidaya rumput laut dan perikanan lokal.

Terakhir, aksesibilitas dan fasilitas pendukung di ekowisata Karangsong turut mendukung kenyamanan pengunjung. Lokasi yang mudah dijangkau dari pusat kota dengan berbagai transportasi, serta adanya fasilitas seperti area parkir, gazebo, dan pusat

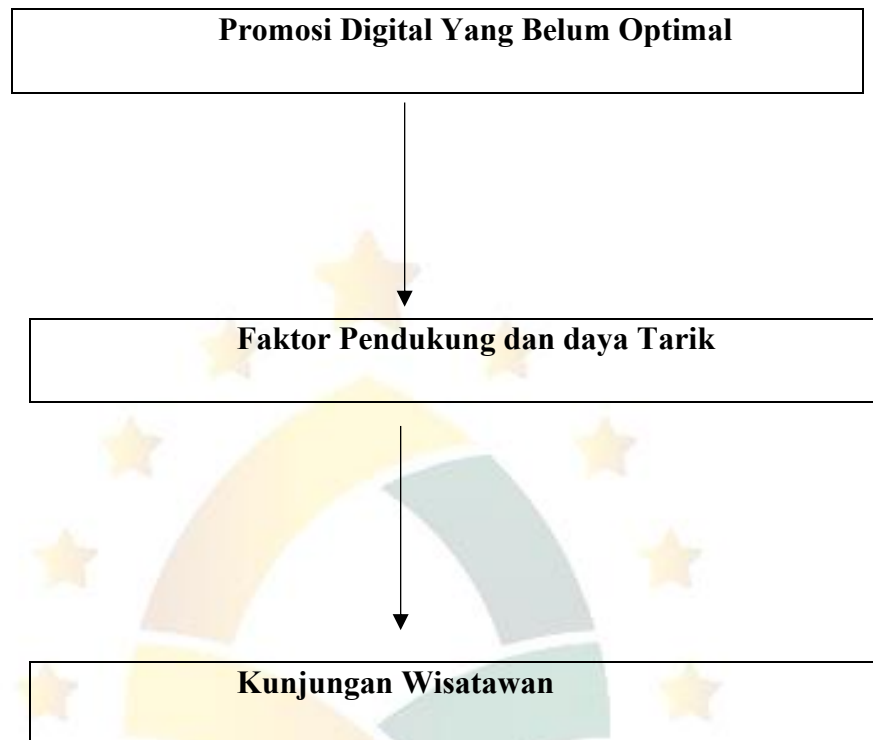
informasi, membuat kunjungan lebih praktis dan menyenangkan. Semua faktor ini secara sinergis membentuk daya tarik ekowisata mangrove Karangsong sebagai destinasi wisata alam yang edukatif, konservatif, dan ramah pengunjung.

- 1) Keindahan Alam dan Keanekaragaman Hayati: Hutan mangrove Karangsong menawarkan pemandangan alami yang asri, udara sejuk, serta keragaman flora (seperti *Avicennia alba*, *Rhizophora mucronata*) dan fauna (burung, moluska, dan crustacea) yang menjadi daya tarik utama bagi wisatawan.
- 2) Aktivitas Wisata: Tersedia berbagai aktivitas seperti trekking di jalur bambu sepanjang 1,4 km, naik perahu mengelilingi hutan, pengamatan burung, hingga edukasi pelestarian mangrove yang menarik minat pengunjung.
- 3) Spot Foto Menarik: Banyak area yang Instagramable, sehingga menarik wisatawan muda dan keluarga

### **3. Kunjungan Wisatawan**

Sejak dibuka sebagai destinasi wisata pada pertengahan 2015, kunjungan wisatawan ke ekowisata hutan mangrove Karangsong menunjukkan tren peningkatan yang signifikan. Pada semester kedua tahun 2015, jumlah pengunjung tercatat sebanyak 72.975 orang. Pada tahun 2016, jumlah ini meningkat menjadi 90.518 orang, dan pada semester pertama 2017 sudah mencapai 59.613 orang.

Pada tahun 2024 sendiri wisatawan yang berkunjung ke ekowisata hutan mangrove sendiri hanya mencapai 103.062 orang yang Dimana mengalami penurunan semenjak terjadinya Covid-19. Dimana sebelum adanya Covid-19, pada tahun 2020 pengunjung mencapai 269.246 orang, dan mengalami penurunan pengunjung pada tahun 2022 yang hanya 82.641 orang.



**Tabel 1. 1**  
**Kerangka Teori**

#### **F. Metodologi Penelitian**

Metodologi penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian berhubungan erat dengan prosedur, Teknik, alat serta desain penelitian yang digunakan untuk memperoleh data menganalisis data secara sistematis, Metode penelitian dibagi menjadi beberapa jenis seperti metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan penelitian dan pengembangan (R&D). Pendekatan kualitatif berfokus pada pemahaman mendalam terhadap suatu fenomena dengan memperhatikan konteks dan pengalaman dari partisipan penelitian Sugiyono (2023)

## **1. Metode dan Pendekatan Penelitian**

### **a. Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Menurut Sugiyono (2017), penelitian kualitatif adalah metode penelitian ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata, lisan maupun tulisan dan perbuatan-perbuatan manusia serta peneliti tidak berusaha menghitung data yang diperoleh dan dengan demikian tidak menghasilkan angka-angka. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan triangulasi, yaitu kombinasi dari berbagai teknik seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi. Menurut Lexy J Meleong (2017), Metode penelitian kualitatif bertujuan memahami fenomena yang dialami subjek penelitian secara menyeluruh, termasuk perilaku, persepsi, dan motivasi, dengan pendekatan deskriptif dan kontekstual dalam situasi alamiah.

### **b. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan ini menggunakan pendekatan studi kasus. menurut Robert K. Yin (2016) adalah proses pencarian pengetahuan guna menyelidiki dan memeriksa fenomena yang terjadi dalam kehidupan nyata. Studi kasus bisa digunakan saat fenomena dan kehidupan nyata memiliki batas yang samar atau tidak jelas. Studi kasus juga memiliki berbagai sumber yang dijadikan sebagai alat pencarian dan bukti. pendekatan studi kasus dipilih untuk memahami objek yang diteliti. Studi kasus yang digunakan pada penelitian ini yaitu Hutan Mangrove Karangsong.



## **2. Objek dan Subjek Penelitian**

### **a. Objek Penelitian**

Menurut Sugiyono (2017) objek penelitian adalah suatu sifat, nilai, serta atribut dari organisasi maupun perusahaan. Di mana terdapat permasalahan yang terjadi dalam perusahaan tersebut dengan variasi variabel tertentu sehingga peneliti dapat mengangkat permasalahan tersebut, selanjutnya diteliti, dan kemudian pada akhirnya ditarik kesimpulan.

Objek penelitian merujuk pada fenomena, individu, kelompok, atau kondisi tertentu yang menjadi fokus dalam suatu studi ilmiah. Dalam konteks penelitian, objek ini dapat berupa berbagai hal, seperti perilaku manusia, proses sosial, atau bahkan aspek-aspek lingkungan. Pemilihan objek penelitian yang tepat sangat penting karena akan mempengaruhi hasil dan kesimpulan yang diambil.

Objek penelitian adalah focus utama dari sebuah penelitian. Objek penelitian ini yaitu “Peran Promosi Digital Dalam Mendukung Kunjungan Wisatawan ke Ekowisata Hutan Mangrove Karangsong”.

### **b. Subjek Penelitian**

Menurut Suliyanto (2018) penelitian kualitatif adalah penelitian yang didasarkan pada data kualitatif, dimana data kualitatif adalah data yang tidak berbentuk angka atau bilangan sehingga hanya berbentuk pernyataan-pernyataan atau kalimat. Subjek penelitian dalam penelitian kualitatif disebut dengan istilah informan, yaitu orang yang memberikan informasi mengenai data yang diinginkan peneliti berkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan. Informasi ini dapat berupa situasi dan kondisi latar belakang penelitian.

Pemilihan subjek penelitian yang tepat sangat penting karena akan mempengaruhi validitas dan reliabilitas hasil penelitian.

Selain itu, subjek penelitian juga harus memenuhi kriteria inklusi dan eksklusi yang telah ditetapkan sebelumnya untuk memastikan bahwa data yang diperoleh relevan dan dapat digeneralisasi. Dengan memahami karakteristik dan konteks subjek penelitian, peneliti dapat merancang metodologi yang sesuai, sehingga hasil penelitian dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik di lapangan.

Subjek dalam penelitian ini adalah informan yang dapat memberikan keterangan kepada peneliti. Informan yang akan memberikan informasi yaitu pengelola wisata hutan mangrove dan pengunjung.

### **3. Sumber Data**

Peneliti akan melakukan penelitian atau pengumpulan data secara langsung. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Primer dan Data Sekunder.

#### **a. Data Primer**

Data Primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dari lapangan atau dari sumber asli oleh orang yang melakukan penelitian (Mahmud 2011 diacu oleh Juli Aswan 2021). Sumber data Primer yang diperoleh dalam penelitian ini adalah mewawancarai narasumber dengan beberapa pertanyaan.

#### **b. Data Sekunder**

Data Sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada (Mahmud 2011 diacu oleh Juli Aswan 2021). Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari jurnal nasional, skripsi yang berkaitan dengan penelitian.

### **4. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam memenuhi kebutuhan data ini peneliti menggunakan 3 teknik pengumpulan data yaitu Metode Observasi, Metode Wawancara dan Metode Dokumentasi.

### **a. Metode Observasi**

Metode observasi ini adalah pengamatan terhadap objek yang diteliti secara langsung untuk memperoleh data lapangan yang harus dikumpulkan untuk sebuah penelitian. Sugiyono (2018), menyatakan bahwa observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung objek yang akan diteliti sehingga data yang diperoleh merupakan hasil pengamatan yang nyata dan faktual. Dalam penelitian ini, peneliti mendatangi langsung ke lokasi penelitian yaitu Hutan mangrove karangsong untuk mengetahui Peran Promosi Digital Dalam Mendukung Kunjungan Wisatawan. Dari hasil observasi inilah semua data yang didapat dapat dimasukkan pada penelitian ini.

### **b. Metode Wawancara**

Wawancara adalah sebuah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara mewawancarai narasumber secara lisan dengan mengajukan beberapa pertanyaan dan langsung dijawab oleh narasumber itu sendiri. Wawancara dilakukan kepada pengelola wisata hutan mangrove dan pengunjung.

Menurut Sugiyono (2017) wawancara adalah teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti. Wawancara digunakan untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan dalam penelitian.

Peneliti berupaya untuk mengumpulkan data yang diperlukan dengan melakukan wawancara bersama guna mendapatkan informasi yang relevan. Adapun narasumber yang akan diwawancarai yaitu pengelola tempat wisata hutan mangrove karangsong dan pengunjung ekowisata hutan mangrove karangsong.

### **c. Metode dokumentasi**

Menurut Sugiyono (2017) dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam

bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka, dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi ini berfungsi sebagai pelengkap data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi.

## **5. Teknik Analisis Data**

Analisis data merupakan proses untuk mencari dan Menyusun secara sistematis dari data yang diperoleh melalui hasil wawancara,, catatan lapangan, observasi, dokumentasi dengan cara menganalisis data kedalam kategori, kemudian menjabarkan dan membuat Kesimpulan yang dapat dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiono, 2017).

Proses interaktif dan berkelanjutan yang meliputi tiga aktivitas utama secara simultan, yaitu Reduksi Data (data reduction), Penyajian Data (data display), dan penarikan kesimpulan/verifikasi (conclusion drawing/verification). Proses ini bertujuan untuk menyederhanakan, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan data sehingga dapat ditemukan pola, tema, dan hubungan yang bermakna dalam data kualitatif. (Miles dan Huberman 1992).

### **a. Reduksi data (Data Reduction)**

Reduksi data adalah proses pemilahan dalam proses pemusatan perhatian, dalam proses menyederhanakan data, abstrak, transformasi data kasar yang diperoleh pada saat melakukan penelitian dilapangan. Proses reduksi data ini dilakukan selama terus menerus selama dilakukannya penelitian. Reduksi data terdiri atas meringkas data, mengkode, menelusur tema, membuat gagasan berdasarkan dengan seleksi ketat yang berlandaskan dari data, rangkuman atau catatan singkat, terakhir adalah menggolongkan ke dalam pola yang lebih luas.

### **b. Penyajian Data (Data Display)**

Penyajian data (data display) adalah proses mengorganisasikan dan menyusun data yang telah direduksi ke

dalam bentuk yang terstruktur sehingga memudahkan pemahaman, analisis, dan penarikan kesimpulan. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa berupa teks narasi, tabel, bagan, diagram, flowchart, hubungan antar kategori, atau jejaring yang menggambarkan pola dan keterkaitan antar data.

**c. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi (Conclusion drawing/verification)**

Penarikan kesimpulan atau verifikasi (conclusion drawing/verification) dalam penelitian kualitatif adalah tahap terakhir dalam proses analisis data di mana peneliti mencari, memahami, dan menginterpretasi makna, pola, keteraturan, penjelasan, hubungan sebab-akibat, atau proposisi dari data yang telah dikumpulkan dan disajikan. Penarikan kesimpulan dilakukan secara terus-menerus selama proses pengumpulan data dan analisis berlangsung untuk memastikan kesimpulan yang diambil valid dan sesuai dengan data yang ada di lapangan.

**6. Validitas Data**

Validitas data meliputi Triangulasi Sumber, Data, Waktu untuk mengkonfirmasi konsistensi informasi.

**a. Triangulasi Sumber**

Validitas dijaga dengan menggunakan berbagai sumber data dari perspektif yang berbeda, misalnya wawancara dengan pengelola destinasi, wisatawan, masyarakat lokal, dan konten kreator digital. Pendekatan ini memastikan data yang diperoleh saling mengkonfirmasi dan memberikan gambaran yang komprehensif dan akurat.

**b. Triangulasi Data (Metode)**

Data divalidasi dengan menggunakan beberapa metode pengumpulan data seperti observasi langsung aktivitas wisata, wawancara semi-terstruktur, dokumentasi kebijakan, dan analisis

konten promosi digital. Hal ini mengurangi bias dan meningkatkan kredibilitas hasil penelitian.

c. Triangulasi Waktu

Pengumpulan data dilakukan dalam rentang waktu yang berbeda untuk melihat konsistensi fenomena dan menghindari bias waktu tertentu. Misalnya, data dikumpulkan sebelum, selama, dan setelah periode promosi digital dilaksanakan sehingga validitas temporal data dapat dipastikan.

## G. Sistematika Penulisan

### BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang pendahuluan yang menguraikan tentang latar belakang masalah yang mendasari penelitian, identifikasi masalah, batasan masalah perumusan masalah yang ingin dijawab melalui penelitian ini, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu, kerangka teori, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan yang menjelaskan alur penulisan laporan penelitiannya.

### BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang tinjauan pustaka yang menguraikan berbagai teori dan konsep yang relevan untuk mendasari pembahasan, termasuk teori mengenai Peran Promosi Digital, Kunjungan Wisatawan, Hutan Mangrove Karangsong. Setiap teori dijelaskan secara terperinci untuk memperkuat landasan teori penelitian.

### BAB III : GAMBARAN UMUM

Pada bab ini, berisi tentang gambaran hutan mangrove karangsong, meliputi Sejarah, visi misi

### BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, hasil penelitian dan pembahasan terhadap Peran Promosi Digital di Ekowisata Hutan Mangrove Karangsong

## BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi Kesimpulan berdasarkan hasil pembahasan, saran dari hasil penelitian.

