Garba Pembangunan Masyarakat e-ISSN: 3046-5133
Volume 2 No. 3 Juni Tahun 2025 (Hal 17-28)

INOVASI STRATEGI DAN IMPLEMENTASI PEMASARAN MEDIA SOSIAL MELALUI PENDEKATAN ANALISIS CUSTOMER PERSONA, SOCIAL MEDIA PIANNING, DAN INSTAGRAM MAINTENANCE PADA KAMPUNG IKAN LEMBAH TANJUNG (Studi Kasus Kolam Renang dan Kolam Pancing)

STRATEGI INNOVATION AND IMPLEMANTATION OF SOCIAL MEDIA MARKETING THROUGHT CUSTOMER PERSONA ANALYSIS, SOCIAL MEDIA PLANNING AND IG MAINTENANCE APPROACHES ON TANJUNG VALLEY FISH VILLAGE (Case Study of Swimming Pools and Fishing Ponds)

[1] Gugyh Susandy,
[2] Ananda Tri Handayani, [3] Firda Hamidah , [4]Nursadiyah, [5] Lita Novrial

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaatmadja Subang
Jl. Otto Iskandardinata No.76, Karanganyar, Kec. Subang, Kabupaten Subang, Jawa Barat 41211

*Email : gugyh@stiesa.ac.id

Histori Artikel:

Diajukan:
09/06/2025

Diterima:
10/06/2025

Diterbitkan:
xx/06/2025

ABSTRAK

Di era digital yang terus berkembang, penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran telah menjadi bagian integral dari banyak strategi bisnis terutama dalam wisata, maka dari itu perlu memahami pemasaran dan pemahaman terhadap customer persona, social media planning, dan maintenance atau inovasi pada sosial media instagram. Penggunaan media sosial untuk perencanaan dan promosi di Kampung Ikan Lembah Tanjung masih belum optimal. Terdapat tantangan dalam merancang strategi yang efektif untuk memanfaatkan platform-platform media sosial secara maksimal. Beberapa kendala yang dihadapi meliputi minimnya pemahaman tentang kebutuhan pasar dan teknik-teknik pemasaran digital. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran bagaimana customer persona dapat membantu dalam memahami target pasar, dan bagaimana instagram digunakan secara efektif untuk mempromosikan wisata kampung ikan lembah tanjung. Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian descriptive research yang menggunakan research methods descriptive analysis dengan design analysis qualitative juga menggunakan exploratory research dengan research methods case study dan analysis design observation. Dengan pemahaman yang baik akan menjadikan kombinasi antara customer persona yang jelas, perencanaan social media planning yang efektif, dan pemeliharaan instagram yang teratur membantu kampung ikan lembah tanjung membangun kehadiran online yang kuat dan menarik lebih banyak pengunjung.

***Kata kunci**:Customer Persona, Social Media planning, Instagram maintenance, Kampung Ikan Lembah Tanjung*

ABSTRACT

In the ever-growing digital era, the use of social media as a marketing tool has become an integral part of many business strategies, especially in tourism, therefore it is necessary to understand marketing and understand customer personas, social media planning, and maintenance or innovation on Instagram social media. The use

of social media for planning and promotion in Tanjung Valley Fish Village is still not optimal. There are challenges in designing effective strategies to make maximum use of social media platforms. Some of the obstacles faced include a lack of understanding of market needs and digital marketing techniques. This research aims to provide an overview of how customer personas can help in understanding the target market, and how Instagram is used effectively to promote Tanjung Valley Fish Village tourism. The method used in this research uses descriptive research, which uses descriptive analysis research methods with qualitative design analysis and also uses exploratory research with case study research methods and observation design analysis. With a good understanding, the combination of clear customer personas, effective social media planning, and regular Instagram maintenance will help the Tanjung Valley Fish Village build a strong online presence and attract more visitors.

***Keywords**:Customer Persona, Social Media Planning, Instagram maintenance, Kampung Ikan Lembah Tanjung*

PENDAHULUAN

Di era digital yang terus berkembang, penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran telah menjadi bagian integral dari banyak strategi bisnis. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai platform komunikasi, tetapi juga alat yang efektif untuk membangun hubungan pelanggan, meningkatkan kesadaran merek, dan mempromosikan loyalitas pelanggan. Instagram telah muncul sebagai salah satu platform pemasaran digital paling efektif karena fitur visualnya yang kuat dan basis pengguna yang luas.

Perkembangan pesat media sosial telah merubah secara signifikan cara bisnis berintreaksi dengan pelanggan mereka. Dalam konteks ini, pemahaman yang mendalam tentang pelanggan menjadi lebih penting daripada sebelumnya, dengan menggunakan customer persona dapat membantu bisnis dalam mengidentifikasi kebutuhan, preferensi, dan perilaku pelanggan, sehingga mereka dapat menyesuaikan produk, layanan, dan pesan pemasaran dengan lebih tepat.

Kampung ikan lembah tanjung merupakan salah satu destinasi wisata alam yang cocok untuk keluarga, terutama bagi pengunjung yang memiliki anak – anak. Tempat wisata ini menawarkan berbagai macam aktivitas yang menarik dan seru, seperti kolam renang dan kolam pancing.

Kolam renang dikampung ikan ada 2 jenis, yaitu kolam ikan dan kolam renang tanpa ikan. Pada kolam ikan pengunjung dapat berenang, bermain, dan membei makan ikan secara langsung, berenang bersama ikan memberikan sensasi yang berbeda untuk pengunjung karena berbeda dari berenang seperti biasanya. Sedangkan, untuk kolam renang tanpa ikan, pengunjung bisa berenang tanpa ada gangguan ikan, sehingga pengunjung bisa menikmati berenang dialam terbuka dengan pemandangan yang indah dan sejuk.

Berenang dikampung ikan memberikan pengalaman yang berbeda karena bisa berenang bersama ikan, dan bagi yang tidak suka berenang bersama ikan disini di sediakan kolam renang tanpa ikan.

kampung ikan lembah tanjung juga memiliki kolam pancing untuk pengunjung yang mempunyai hobby memancing bisa memancing sambil menikmati keindahan alam yang ada pada kampung ikan lembah tanjung, selain itu bukan hanya memancing saja ditempat ini kita bisa menikmati ikan hasil tangkapan sendiri. Kampung ikan ini sangat cocok untuk pengunjung yang memiliki hobby mancing, bukan hanya sekedar memancing pengunjung juga bisa belajar tentang budidaya ikan terutama ikan lele yang ada dikampung ikan itu merupakan proses budidaya ternak lele dari telur hingga panen lele dewasa.

Sebelum menjadi Kampung Ikan Lembah Tanjung tempat ini digunakan sebagai

tempat budidaya oleh petani ikan. Teknik budidaya yang digunakan mereka masih sederhana dan mengandalkan pengetahuan turun-temurun. Meskipun begitu, hasil perikanan dari lembah ini sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan lokal dan bahkan sebagian dijual ke bandar atau pasar di sekitar daerah tersebut. Kondisi geografis lembah yang menyediakan aliran air yang jernih dan stabil sepanjang tahun, ditambah dengan tanah yang subur, menjadikan daerah ini sangat cocok untuk pengembangan budidaya ikan. Namun, sebelum adanya pengelolaan yang lebih terstruktur, kegiatan perikanan di Lembah Tanjung belum dimaksimalkan potensinya.

Kampung ikan lembah tanjung resmi didirikan pada bulan November 2023, yang berlokasi di Desa Tanjungsiang, Kecamatan Tanjungsiang Subang. Kampung ikan ini merupakan sebuah kawasan yang secara alami subur dan kaya akan sumber daya air. Tempat ini menyuguhkan pemandangan alam yang indah, karena berada di persawahan serta dikelilingi aliran sungai dan di kaki pegunungan kampung ikan ini dikelola juga oleh beberapa anak pesantren yang sudah lulus sekolah ikut serta mengurus wisata dan perikan tersebut.

kampung ikan lembah tanjung juga memiliki kolam pancing untuk pengunjung yang mempunyai hobby memancing bisa memancing sambil menikmati keindahan alam yang ada pada kampung ikan lembah tanjung, selain itu bukan hanya memancing saja ditempat ini kita bisa menikmati ikan hasil tangkapan sendiri. Kampung ikan ini sangat cocok untuk pengunjung yang memiliki hobby mancing, bukan hanya sekedar memancing pengunjung juga bisa belajar tentang budidaya ikan terutama ikan lele yang ada dikampung ikan itu merupakan proses budidaya ternak lele dari telur hingga panen lele dewasa.

Sebagai destinasi wisata yang berkembang, kampung ikan lembah tanjung memiliki kebutuhan untuk memanfaatkan media sosial sebagai alat strategis dalam meningkatkan promosi dan daya tariknya.

Penggunaan media sosial untuk perencanaan dan promosi di Kampung Ikan Lembah Tanjung masih belum optimal. Terdapat tantangan dalam merancang strategi yang efektif untuk memanfaatkan platform-platform media sosial secara maksimal. Beberapa kendala yang dihadapi meliputi minimnya pemahaman tentang kebutuhan pasar dan teknik-teknik pemasaran digital.

Dengan memperbaiki perencanaan dan strategi penggunaan media sosial yang lebih terarah dan berkesinambungan, Kampung Ikan Lembah Tanjung dapat meningkatkan daya saingnya sebagai destinasi pariwisata, meningkatkan kunjungan wisatawan, dan memberikan dampak positif yang lebih besar bagi ekonomi dan masyarakat lokal.

Rumusan masalah

1. Bagaimana penerapan cutomer persona pada kampung ikan lembah tanjung?
2. Bagaimana penerapan social media planning kampung ikan lembah tanjung?
3. Bagaimana instagram (maintenance) atau inovasi instagram kampung ikan lembah tanjung?

Tujuan penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran bagaimana customer persona dapat membantu dalam memahami target pasar, dan bagaimana instagram digunakan secara efektif untuk mempromosikan wisata kampung ikan lembah tanjung.

KERANGKA TEORITIS

CUSTOMER PERSONA

Menurut salminen, j., dkk (2018) customer persona adalah karakter semi-fiksi yang mewakili sekelompok pelanggan nyata, yang dirancang untuk membantu pemasar memahami dan menanggapi kebutuhan pelanggan secara lebih efektif.

Customer persona adalah konsep penting dalam strategi pemasaran yang membantu perusahaan memahami audiens dengan lebih mendalam. Ini adalah representasi semi-fiktif dari karakteristik, preferensi, dan perilaku pelanggan ideal.

Customer persona mewakili sejumlah besar pelanggan atau pengguna produk yang kami produksi atau produksi.
Customer pesona ini bukanlah orang sungguhan, melainkan hanya avatar fiktif dari pelanggan ideal produk kita.

SOCIAL MEDIA MARKETING

Social media marketing adalah sebuah proses yang memperdayakan individu dan perusahaan untuk mempromosikan website mereka, produk atau layanan online dan melalui saluran sosial untuk berkomunikasi dengan sebuah komunitas yang jauh lebih besar yang tidak mungkin tersedia melalui saluran periklanan tradosional (heggde, shainess,2018).

Menurut Narottama dan Moniaga (2022), perkembangan teknologi (khususnya Internet) memungkinkan konsumen memperoleh informasi dengan cepat dan mudah. Ini juga berlaku untuk mengubah gaya hidup tradisional Anda sepenuhnya secara online.

Pemasaran media sosial adalah penggunaan media sosial sebagai media periklanan dalam bentuk produk dan layanan. Kemampuan membuat konten yang menarik menjadikan pengunjung website lebih berpengetahuan dan tertarik dengan produk dan layanan online (Navila, 2018).

SOCIAL MEDIA PLANNING

Media planning (perencanaan media) adalah langkah dimana para pemasar menetapkan jadwal, lokasi, dan intensitas iklan dengan tujuan mencapai eksposur merek yang optimal.

Menurut George dan Michael belch (2001:178) perencanaan media merupakan serangkaian keputusan yang terlibat dalam menyampaikan pesan promosi kepada calon pembeli/pengguna produk atau merek.

Menurut Tom Duncan (2015:178) perencanaan media adalah suatu proses untuk menentukan biaya paling efektif bauran media untuk mencapai sejumlah tujuan media.

Proses perencanaan media terdiri dari empat langkah, yaitu :

1. Mengidentifikasi target media.
2. Menentukan tujuan media.
3. Menentukan strategi media.
4. Penjadwalan penempatan media.

INSTAGRAM

Menurut Atmoko (dalam Adinda dan Pangestuti, 2019:177), Instagram merupakan aplikasi smartphone yang mempunyai fungsi sama dengan twitter namun yang membedakannya adalah pada pengambilan foto untuk berbagi informasi dengan penggunanya.

Instagram merupakan aplikasi untuk berbagi foto dan vidio dengan menggunakan filter digital, dengan tampilan yang menarik maka produk yang ditawarkan akan menggugah minat calon pembeli sehingga social media instagram sangat cocok digunakan untuk aplikasi bisnis online.

Selain itu, instagram dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga meningkatkan kreatifitas, karena instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih arstistik dan menjadi lebih bagus, (Atmoko 2012:10).

MAINTENANCE

Menurut Corder (1988), maintenance adalah kombinasi berbagai tindakan yang dilakukan untuk memelihara atau memperbaiki suatu barang hingga mencapai kondisi yang dapat diterima.

Maintenance Instagram merupakan upaya menata, mengkurasi, dan mengelola konten agar suatu akun tetap up-to-date dan terus eksis serta memberikan interaksi yang luas.

Instagram maintanence tidak hanya soal memelihara tampilkan dan konten pada suatu akun saja tapi juga mencari waktu yang tepat untuk meliris konten agar lebih banyak memdapatkan pengunjung baru dan pengikit di media sosial.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *descriptive research* yang menggunakan *research methods descriptive analysis* dengan *design analysis qualitative*

juga menggunakan *exploratory research* dengan *research methods case study* dan *analysis design observation*.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, maka data-data yang sudah terkumpul akan dianalisis lebih dalam lagi secara deskriptif kualitatif. Data-data akan disusun secara sistematis dan dijelaskan dengan kata-kata yang memberikan gambaran jelas kepada pembaca.

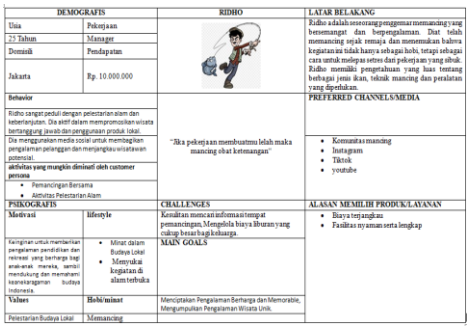
Sumber data dalam penelitian ini adalah pengurus bagian pemasaran kampung ikan. Dalam pengumpulan data ini menggunakan teknik observasi, forum grup discussion (FGD) dan research studi pustaka untuk mengumpulkan informasi-informasi tentang penggunaan social media di kampung ikan. Dalam teknik wawancara, kami memilih informan atau narasumber yang terdiri dari pengurus bagian pemasran kampung ikan mengenai social media yang sudah diterapkan.

Penelitian ini dilakukan di kampung ikan lembah tanjung yang berlokasi di kp. Tanjungsiang, kec. Tanjungsiang, kabupaten subang. Unit Observasi dalam penelitian ini adalah pengurus bagian pemasaran kampung ikan lebah tanjung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. CUSTOMER PERSONA

➢ **Pemancigan**



DEMOGRAFIS		RIDHO	LATAR BELAKANG
Usia	Pekerjaan		Ridho adalah seseorang penggemar memancing yang bersemangat dan berpengalaman. Diat telah memancing sejak remaja dan menemukan bahwa kegiatan ini tidak hanya sebagai hobi, tetapi sebagai cara untuk melepas setres dari pekerjaan yang sibuk. Ridho memiliki pengetahuan yang luas tentang berbagai jenis ikan, teknik mancing dan peralatan yang diperlukan.
25 Tahun	Manager		
Domisili	Pendapatan		
Jakarta	Rp. 10.000.000		
Behavior			PREFERRED CHANNEL/UMEDIA
Ridho sangat peduli dengan pelestarian alam dan keberlanjutan. Dia aktif dalam mempromosikan wisata bertanggung jawab dan penggunaan produk lokal.		"Jika pekerjaan membuatmu lelah maka mancing obat ketenangan"	• Komunitas mancing • Instagram • Tiktok • youtube
Dia menggunakan media sosial untuk membagikan pengalaman pelanggan dan menjangkau wisatawan potensial.			
aktivitas yang mungkin diminati oleh customer persona			
• Pemancingan Bersama • Aktivitas Pelestarian Alam			
PSIKOGRAFIS		CHALLENGES	ALASAN MEMILIH PRODUK/LAYANAN
Motivasi	lifestyle	Kendatan mencari informasi tempat pemancingan, Mengelola biaya liburan yang cukup besar bagi keluarga	• Biaya terjangkau • Fasilitas nyaman serta lengkap
Keinginan untuk memberikan pengalaman pendidikan dan rekreasi yang berharga bagi anak-anak mereka, sambil mendukung dan memahami keanekaragaman budaya Indonesia.	• Minat dalam Budaya Lokal • Menyukai kegiatan di alam terbuka	MAIN GOALS	
Values	Hobi/minat	Menciptakan Pengalaman Berharga dan Memorable, Mengumpulkan Pengalaman Wisata Unik	
Pelestarian Budaya Lokal	Memancing		

- **Ridho**
  " jika pekerjaan membuat lelah maka memancing obat ketenangan."
- **Demografis**
  - Usia : 25 Tahun
  - Pekerjaan : Manager
  - Domisili : Jakarta
  - Pendapatan : Rp. 10.000.000
- **Latar belakang**
  - Ridho adalah seseorang penggemar memancing yang bersemangat dan berpengalaman. Diat telah memancing sejak remaja dan menemukan bahwa kegiatan ini tidak hanya sebagai hobi, tetapi sebagai cara untuk melepas stres dari pekerjaan yang sibuk. Ridho memiliki pengetahuan yang luas tentang berbagai jenis ikan, teknik mancing dan peralatan yang diperlukan.
- **Behavior**
  - Ridho sangat peduli dengan pelestarian alam dan keberlanjutan. Dia aktif dalam mempromosikan wisata bertanggung jawab dan menjangkau wisatawan bertanggung jawab dan penggunaan produk lokal.
  - Dia menggunakan media sosial untuk membagikan pengalaman pelanggan dan me jangkau wisatawan berpontensial.
- **Psikografi**
  - Motivasi : keingina untuk memberikan pengalaman pendidikan dan rekreasi yang berharga bagi anak – anak mereka , ssambil mendukung dan memahami keanekaragaman budaya indonesia.
  - Lifestyle ; Minat damam budaya lokal serta menyukai kegiatan di alam terbuka.
  - Velues : melestarikan budaya lokal.
  - Hobii / minat : memancingg.
- **Main Goals**

- Menciptakan pengalaman berharga dan memoreble mengumpulkan pengalaman wisata unik.

- **Challenges**
  - Kesulitan mencari informasi tempat pemancingan,mengelola biaya liburan yang cukup besar bagi keluarga.
- **Aktivitas Yang Mungking Diminati Oleh Customer Persona**
  - Memancing bersama
  - Pelestarian alam
- **Preferred Channels/Media**
  - Komunitas memancing
  - Instragram
  - Tiktok
  - Youtube
- **Alasan Memilih Produk/Layanan**
  - Biaya terjangkau
  - Fasilitas nyaman serta lengkap

Berdasarkan customer persona diatas produk yang cocok untuk di promosikan yaitu kolam pemancingan, melihat latar belakang hobby tersebut memancing maka kolam pemancingan sangat cocok untuk di rekomendasikan.

➢ **Kolam Renang**

DEMOGRAFIS		Mia	LATAR BELAKANG
Usia	Pekerjaan		Mia adalah seorang ibu yang memiliki 2 anak, yang gemar berenang dan berkerja keras. Dia telah memiliki hobi berenang sejak dia kecil dan menemukan bahwa kegiatan ini bukan hanya sebagai hobi, namun juga sebagai kesehatan dan melepas stres dari perkerjaan yang sibuk.
35 Tahun	Staf Administrasi		
Domisili	Pendapatan		
Subang	Rp. 4.000.000		
BEHAVIOR		"You're stronger than you think. Keep swimming."	PREFERRED CHANNELS/MEDIA
Mia sangat senang dengan aktivitas berenang dan menyukai ikan, ia senang bermain dan memberi makan ikan. Ia selalu menyempatkan dirinya untuk berenang dan mengurusi ikan peliharaannya.			
Dia menggunakan media social untuk mencari hiburan dan informasi tempat wisata untuk keluarganya.			• Instagram • Youtube • tiktok
Aktivitas yang mungkin diminati oleh customer persona			
Berenang bersama keluarga			
PSIKOGRAFIS		CHALLENGES	ALASAN MEMILIH PRODUK/LAYANAN
Motivasi	Lifestyle	Kesulitan mencari tempat wisata yang menyediakan fasilitas lengkap dan nyaman bagi keluarga.	• Biaya terjangkau • Bisa berenang dan bermain dengan ikan
Berenang menjadi bentuk relaksasi dan pelarian dari rutinitas sehari-hari yang sibuk. Mia mungkin merasa lebih tenang dan santai setelah berenang, karena air memiliki efek menenangkan dan merilekskan.	• Manajemen Waktu yang efektif • Pentingnya Keseimbangan dan kesehatan Mental.	MAIN GOALS	
Values	Hobi/minat	Menjaga keseimbangan Antara kehidupan Pribadi dan Profesional	
kesempatan untuk belajar dan berkembang	Berenang dan traveling		

- **Mia**
  " you're stronger than you think. Keep swimming."
- **Demografis**
  - Umur : 35 Tahun
  - Pekerjaan : Staf Administrasi
  - Domisili : Subang
  - Pendapatan : Rp. 4.000.000
- **Latar Belakang**
  - Mia adalah seorang ibu yang memiliki 2 anak, yang gemar berenang dan berkerja keras. Dia telah memiliki hobi berenang sejak dia kecil dan menemukan bahwa kegiatan ini bukan hanya sebagai hobi, namun juga sebagai kesehatan dan melepas stres dari perkerjaan yang sibuk.
- **Behavior**
  - Mia sangat senang dengan aktivitas berenang dan menyukai ikan, ia senang bermain dan memberi makan ikan. Ia selalu menyempatkan dirinya untuk berenang dan mengurusi ikan peliharaannya.
  - Dia menggunakan media social untuk mencari hiburan dan informasi tempat wisata untuk keluarganya.
- **Psikografis**
  - Motivasi : berenang menjadi bentuk relaksasi dan pelarian dari rutinitas sehari-hari yang sibuk. Mia mungkin merasa lebih tenang dan santai setelah berenang, karena air memiliki efek menenangkan dan merilekskan.
  - Lifestyl : manajemen waktu yang efektif serta pentingnya kesaimbangan dan kesehatan mental.
  - Velue : kesempatan untuk belajar dan berkembang.
  - Hobi / minat : berenang dan traveling.
- **Main Goals**
  - Menjaga keseimbangan antara kehidupan pribadi dan profesional.
- **Challenges**

- Kesulitan mencari yempat wisata yang menyediakan fasilitas lengkap dan nyaman bagi keluarga.

- **Aktivitas Yang Mungkin Diminati Oleh Customer Persona**
  - Berenang bersama keluarga
- **Preferred Channels/ Media**
  - Instagram
  - Youtube
  - Tiktok
- **Alasan Memilih Produk/Layanan**
  - Biaya terjangkau
  - Bisa berenang dan bermain dengan ikan

Berdasarkan customer persona diatas produk yang cocok untuk di promosikan yaitu kolam renang bersama ikan dan kolam renang tanpa ikan, melihat latar belakang customer tersebut yang memiliki 2 orang anak dan mempunyai hobby berenang, maka produk yang sangat cocok yaitu kolam renang berdasarkan latar belakang yang dimilikinya, maka dari itu kolam renang merupakan produk yang sangat cocok untuk di rekomendasikan.

➢ **KONTEN ORGANIK**

CTA : Temukan keunikan dan jelajahi keindahan alam di kampung ikan lembah tanjung! #alamindah #mancingasik #kolamrenang #kampungikanlembahtanjung\

CAPTION : Temukan keunika dan keseruan di kampung ikan
#exspoleralam
#KampungIkanlembahtanjung #liburanasik #ExploreFishVillage #FishVillageGetaway

➢ **HASTAG ATAU CHALLENGE TIKTOK**

- **Pemancingan**
  #FishingFunChallenge Menampilkan aksi seru memancing di tempat pemancingan favoritmu dalam tantangan TikTok Fishing Fun Challenge! Bagikan momen menarikmu saat menangkap ikan dan jadikan pengalaman memancingmu lebih menyenangkan. Ayo bergabung dan tunjukkan keterampilan memancingmu di TikTok!
- **Kolam Renang Bersama Ikan**
  #SwimWithFishChallenge Nikmati sensasi unik berenang bersama ikan dalam kolam renang spesial kami! Saksikan keindahan ikan yang berenang di sekitarmu sambil menikmati kesegaran air. Bergabunglah dalam tantangan TikTok Swim With Fish Challenge dan bagikan momen seru bersama ikan di kolam renang kami. Ayo buat pengalaman berenangmu menjadi lebih berkesan dan menarik!

2. SOCIAL MEDIA PLANNING KAMPUNG IKAN LEMBAH TANJUNG

➢ **Storyboard Campaign Vidio**

Judul : Mempromosikan wisata kampung ikan lembah tanjung dengan membuat konten vidio promosi yang sedang viral.

Adegan 1
Lokasi : Dipinggir gerbang masuk kampung ikan lembah tanjung
(Disiram menggunakan air sambil membawa lembaran brosur)
Lita : Cari tempat liburan dengan fasilitas yang lengkap? Kampung ikan lembah tanjung solusinya!

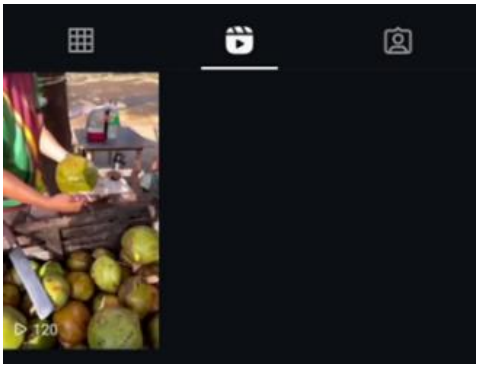
Adegan 2
Lokasi : Kolam pancing
Ananda : Disini merupakan area pemancingan, nah bagi kalian yang mempunyai hobby memancing, bisa dateng kesini ya!
(kamera menyorot ke ananda terlebih dahulu, ketika sudah selesai berbicara kamera menyoroti orang yang sedang memancing di tempat tersebut)

Adegan 3
Lokasi : Kolam renang ikan
Nursadyah : Disini adalah area kolam ikan, kalian bisa berenang dan bermain bersama ikan

Adegan 4
Lokasi : Kolam renang tanpa ikan
Firda : Diarea kolam ikan ini, kalian bisa berenang tanpa gangguan ikan

Adegan 5
(Kumpulan vidio dengan pemandangan dan keseruan yang ada di kampung ikan lembah tanjung dan terakhir ditutup oleh vidio transisi kepeleset dan mengajak untuk mengunjungi wisata kampung ikan lembah tanjung)

Hasil pembuatan storyboard
https://www.instagram.com/reel/C9IH3FYSseQ/?igsh=MWFid2FkeGgzdzVjYw==



Dengan pembuatan vidio pemasaran wisata kampung ikan, dapat membantu wisata kampung ikan lembah tanjung banyak dikenal oleh wisatawan dan meningkatkan jumlah pengunjung, dengan pembuatan vidio pemasaran mengikuti konsep yang sedang viral dan menggunakan caption yang membuat penonton penasaran akan membuat vidio tersebut banyak mendapat viewers.

3. MAINTENANCE ATAU INOVASI INSTAGRAM

- **Pembuatan linktr.ee instagram kampung ikan**

Gambar 4.1 instagram kampung ikan

Gambar diatas merupakan akun instagram kampung ikan lembah tanjung sebelum memiliki linktr.ee dan masih menggunakan sistem memasukan nomer whatsapp secara manual untuk melakukan pemesanan tiket/booking tempat.

Gambar 4.2 instagram kampung ikan

Pada gambar 4.2 merupakan tampilan dari instagram kampung ikan lembah tanjung setelah mengalami perubahan, yang awalnya tidak mempunyai linktr.ee di bio instagramnya menjadi mempunyai linktr.ee di tampilan bio instagramnya.

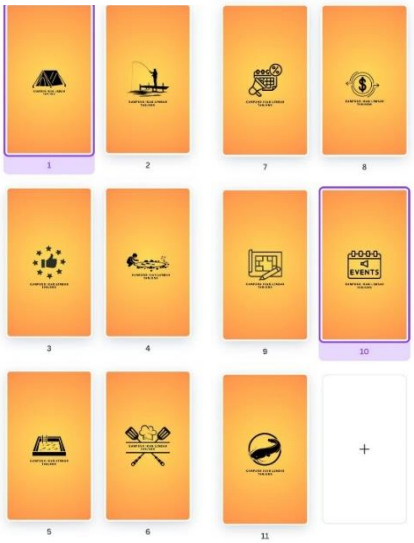
Gambar 4.3 linktr.ee

Dapat dilihat pada gambar 4.3 diatas merupakan isi dari linktr.ee yang sudah dibuat untuk instagram kampung ikan lembah tanjung. Linktr.ee ini dibuat untuk membantu oprasional kampung ikan dan mempermudah pengunjung untuk membooking atau memesan tiket, hanya dengan membuka linktr.ee yang ada di bio instagram kampung ikan pengunjung bisa dengan mudah mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

- **Pembuatan tamplate dan konsep untuk sorotan instagram**

  Cara pembuatan :

  1. Masuk ke aplikasi canva
  2. Pilih menu tamplate, social media, dan masuk ke menu instagram stories
  3. Pilih create blank
  4. Buat desain yang diinginkan dengan menambahkan element desain seperti ikon, bentuk, ilustrasi sesuai dengan desain yang diinginkan
  5. Terapkan warna dan font yang diinginkan sesuai dengan tema instagram
  6. Setelah selesai, periksa kembali desain apakah sudah sesuai atau belum dengan keiinginan kita
  7. Klik “Download” dengan di pojok atas kanan, pilih format file yang diinginkan (PNG/JPEG), lalu klik “Download” untuk menyimpan desain



Gambar diatas merupakan konsep tamplate untuk sorotan dan postingan instagram kampung ikan, tujuan dibuatkannya konsep diatas agar instagram kampung ikan menjadi lebih menarik dan terlihat rapih.

Dibuatkannya konsep sorotan seperti diatas untuk mempermudah bagi admin untuk memasukan vidio/foto sesuai kriteria yang sudah dibuatkan disorotan dan bagi pengunjung juga mempermudah untuk mencari informasi.

- **Pembuatan tamplate dan konsep untuk feed instagram**

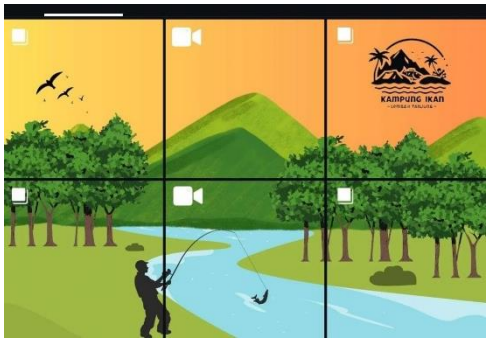
  Cara pembuatan :

  1. Masuk ke aplikasi canva
  2. Lalu pilih tanda + yang berada pada tengah tengah menu
  3. Pilih custome size dan tulis ukuran yang kalian butuhkan. Untuk 1 baris dengan 3 kolom masukkan ukuran size dengan “width 1000” dan “height 3000”, untuk 2 baris dengan 3 kolom masukkan ukuran size dengan “width 2000” dan “height 3000”, dan untuk 3 baris dan 3 kolom masukkan ukuran size dengan “width 3000” dan “height 3000”.
  4. Klik tanda titik tiga pada atas menu lalu pilih pengaturan
  5. klik tambahkan patokan dan sesuaikan ukuran yang dibutuhkan. Untuk di bagian kolom bisa ditulis sesuai yang di butuhkan dan untuk celah bisa di tulis 0 begitu juga untuk baris bisa di tulis sesuai baris yang diinginkan dan untuk cela tulis 0.
  6. Klik kebagian elemen dan cari kategori elemen yang di butuhkan.
  7. Setelah selesai mengedit kita bisa mengunduh dengan cara klik panah kebawah.
  8. Setelah berhasil ke unduh untuk memotong feed tersebut kita bisa melakukan nya pada sebuka wab atau atau melalui aplikasi grid maker for instagram.

- **Konsep feed istagram 1 x 3**

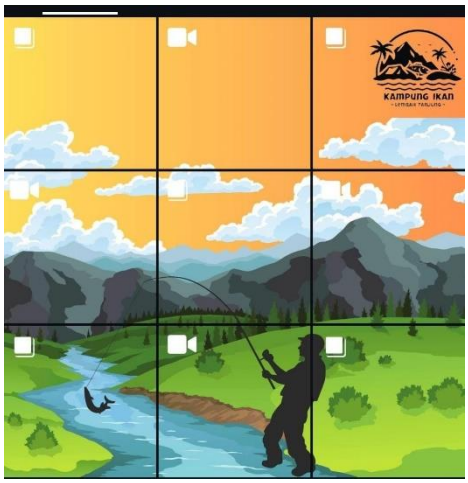
Pada konsep feed diatas mempunyai 2 tamplate untuk memposting foto dan 1 tamplate di bagian tengah untuk memposting vidio

- **Konsep feed instagram 2 x 3**



Pada konsep feed diatas mempunyai 4 tamplate yang terletak disisi kanan dan kiri untuk memposting foto ataupun gambar dan 2 tamolate untuk memposting vidio yang terletak dibagian tengah diapit oleh tamplate untuk postingan foto

- **Konsep feed instagram 3 x 3**



Pada konsep feed diatas mempunyai 5 tamplate untuk memposting foto atau gambar dan 4 tamplate untuk memposting vidio.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dapat disimpulkan bahwa customer persona memberikan wawasan yang mendalam tentang pelanggan, mengenai karakteristik, kebutuhan, dan referensi pengunjung kampung ikan lembah tanjung. Memungkinkan penyusunan strategi pemasaran yang lebih efektif dan layanan yang lebih disesuaikan.

Social media planning yang efektif melibatkan pemahaman yang mendalam tentang target audiens, memilih platform yang tepat, dan pembuatan konten yang menarik seperti pembuatan vidio promosi dengan konsep yang sedang viral belakangan ini, untuk meningkatkan viewers dan jumlah pengunjung serta agar wisata tersebut lebih luas dikenal oleh wisatawan.

Instagram maintenance membantu social media terutama instagram pada wisata kampung ikan menjadi lebih rapih dan menarik untuk memposting kegiatan sesuai dengan tamplate yang sudah ditentukan, sehingga instagram terlihat rapih dan tersusun sesuai dengan tempat postingan yang sudah disediakan dengan tamplate yang sudah dibuat, dengan instagram yang rapih dan tersusun akan memudahkan pengunjung untuk mencari informasi yang dibutuhkan.

Dengan pemahaman yang baik akan menjadikan kombinasi antara customer persona yang jelas, perencanaan social media planning yang efektif, dan pemeliharaan instagram yang teratur membantu kampung ikan lembah tanjung membangun kehadiran online yang kuat dan menarik lebih banyak pengunjung.

SARAN

1. Dalam penelitian ini diharapkan manajemen kampung ikan lembah tanjung melakukan pemahaman lebih mendalam tentang customer persona untuk memahami kebutuhan pelanggan dan menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif.
2. Dalam penelitian ini diharapkan manajemen kampung ikan lembah tanjung diperlukan pemahaman yang lebih mendalam tentang social media planning untuk membuat wisata kampung ikan lebih dikenal dan mempunyai banyak pengunjung
3. Masukan untuk instagram kampung ikan lebih dibuat menarik lagi dan perlu disusun secara rapih untuk mempermudah mencari informasi dan mempercantik tampilan instagram dengan menepatkan konten sesuai dengan kategori yang sudah ditentukan terutama pada bagian sorotan harus memposisikan postingan sesuai judul sorotan yang telat di tentukan.

DAFTAR PUSTAKA

JURNAL

Cania, N., & Heryani, R. D. (2020). PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN MINAT BERWIRAUSAHA PESERTA DIDIK DI SMK PLUS PELITA NUSANTARA. *Research and Development Journal of Education*, *1*(1), 91.

Hanjaya, B. S., Budihardjo, B. S., & Hellyani, C. A. (n.d.). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA UMKM.

Lavuri, R., & Susandy, G. (2020). Green products: Factors exploring the green purchasing behavior of south Indian shoppers. Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management, 4(2), 174â-191.

Salminen, J., Jansen, B. J., An, J., Kwak, H., & Jung, S. (2018). Are personas done? Evaluating their usefulness in the age of digital analytics. *Persona Studies*, *4*(2), 47–65.

Susandy, G., Sari, D., Helmi, R. A., & Komaladewi, R. (2023). Digital Marketplace Branding Model. Quality-Access to Success, 24(193).

Susandy, G., & Prasetyo, Y. E. (2019). Social network and organizational leadership at the higher education institution: A case study. Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management, 3(1), 37â-48.

Ratnasari, N., Susandy, G., & Apriandi, D. W. (2019). The influence of social media marketing and online consumer behavior in the city of subang on the brand story of the instant messenger line application. DIMENSIA (Diskursus Ilmu Manajemen STIESA), 16(2), 3-3.

BUKU

Modul Brand Management MarkPlus Institue Sertification Program (MICP) (2015)

Nicholas D. Hartlep (2017)Critical Storytelling in Uncritical Times_ Undergraduat

Philip T Kotler, Kevin Lane Keller (2016). A Framework for Marketing Management.

W. S. Penn (auth.) (2013) -Storytelling in the Digital Age-Palgrave Macmillan US

Mark Dunford, Tricia Jenkins (2017) (eds.)-Digital Storytelling _ Form and Content-Palgrave Macmillan

John Hartley, Kelly McWilliam-(2009)- Story Circle_ Digital Storytelling Around the World-Wiley-Blackwell