

## PERAN PEREMPUAN PESISIR DALAM MEMPROMOSIKAN WISATA BIRA MELALUI MEDIA SOSIAL

Riska Aidilia Adha<sup>1</sup>, Yunisa<sup>2</sup>, Abdillah Maulana Islam Muhajir<sup>3</sup>,  
A. Octamaya Tenri Awaru<sup>4</sup>, Liza Dwi Eftiza Khairunniza<sup>5</sup>

<sup>1, 2, 3, 4, 5</sup>Universitas Negeri Makassar, Jl. A. P. Pettarani, Tidung, Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia

Email: [riskaaidilia676@gmail.com](mailto:riskaaidilia676@gmail.com)

---

### Article History

Received: 05-12-2025

Revision: 15-12-2025

Accepted: 17-12-2025

Published: 19-12-2025

**Abstract.** This study aims to analyse the role of coastal women in the Bira area, Bulukumba Regency, in promoting tourism through social media and its impact on the local economy, women's empowerment, and tourism sustainability. The research uses a qualitative method with a case study design. Data was collected through in-depth interviews, participatory observation, and documentation studies, with informants selected purposively based on the criteria of coastal women who actively promote Bira tourism, have resided there for at least one year, and are willing to provide information. Data analysis was conducted through data reduction, data presentation, and thematic conclusion drawing. The results of the study show that coastal women play an important role in producing and disseminating digital content through Instagram and TikTok to increase destination visibility, facilitate accommodation promotion through digital platforms, introduce local cultural identity through products such as woven fabrics, and build tourist attraction through direct interaction with tourists. This role has an impact on increasing MSME income, opening up employment opportunities for women, strengthening digital skills, and preserving local culture. This study recommends strengthening digital literacy training, forming women's business groups, and developing community-based tourism promotion to support women's empowerment and coastal tourism sustainability.

**Keywords:** Coastal Women, Social Media, Tourism Promotion, Women's Empowerment, Sustainable Tourism

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan menganalisis peran perempuan pesisir di kawasan Bira, Kabupaten Bulukumba, dalam mempromosikan pariwisata melalui media sosial serta dampaknya terhadap perekonomian lokal, pemberdayaan perempuan, dan keberlanjutan pariwisata. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan desain studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi, dengan informan yang dipilih secara *purposive* berdasarkan kriteria perempuan pesisir yang aktif mempromosikan wisata Bira, berdomisili minimal satu tahun, dan bersedia memberikan informasi. Analisis data dilakukan melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perempuan pesisir berperan penting dalam memproduksi dan menyebarkan konten digital melalui Instagram dan TikTok untuk meningkatkan visibilitas destinasi, memfasilitasi promosi akomodasi melalui platform digital, memperkenalkan identitas budaya lokal melalui produk seperti kain tenun, serta membangun daya tarik wisata melalui interaksi langsung dengan wisatawan. Peran tersebut berdampak pada peningkatan pendapatan UMKM, terbukanya peluang kerja bagi perempuan, penguatan keterampilan digital, serta pelestarian budaya lokal. Penelitian ini merekomendasikan penguatan pelatihan literasi digital, pembentukan kelompok usaha perempuan, dan pengembangan promosi pariwisata berbasis komunitas guna mendukung pemberdayaan perempuan dan keberlanjutan pariwisata pesisir.

**Kata Kunci:** Perempuan Pesisir, Media Sosial, Promosi Wisata, Pemberdayaan Perempuan, Pariwisata Berkelanjutan

---

**How to Cite:** Adha, R. A., Yunisa., Muhajir, A. M. I., Awaru, O. A. T., & Khairunniza. L. D. E. (2025). Peran Perempuan Pesisir dalam Mempromosikan Wisata Bira Melalui Media Sosial. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 6 (8), 12175-12185. <http://doi.org/10.54373/imeij.v6i8.4698>

---

## PENDAHULUAN

Pemanfaatan media sosial oleh perempuan pesisir dalam mempromosikan destinasi wisata merupakan fenomena yang semakin berkembang di Indonesia, sebuah negara kepulauan dengan garis pantai terpanjang kedua di dunia setelah Kanada. Di berbagai wilayah pesisir, perempuan yang sebelumnya lebih banyak terlibat dalam aktivitas ekonomi tradisional seperti nelayan, petani garam, dan pengrajin, kini mulai mengambil peran aktif dalam membangun narasi digital mengenai keindahan alam, budaya lokal, dan pengalaman wisata autentik. Fenomena ini didorong oleh meningkatnya akses internet dan penggunaan media sosial, dengan jumlah pengguna aktif di Indonesia yang telah melampaui 200 juta pada tahun 2023. Platform seperti Instagram dan *TikTok* menjadi media utama dalam penyebaran konten wisata berbasis visual dan pengalaman (Hootsuite & We Are Social, 2023). Perkembangan tersebut tidak hanya terjadi di destinasi wisata utama seperti Bali dan Lombok, tetapi juga meluas ke wilayah timur Indonesia, termasuk Sulawesi Selatan, di mana perempuan pesisir mulai berperan sebagai influencer informal dalam promosi pariwisata.

Di kawasan Bira, Kabupaten Bulukumba, Sulawesi Selatan, peran perempuan pesisir dalam promosi wisata berbasis media sosial semakin menonjol. Bira dikenal sebagai “Primadona dari ujung selatan Sulawesi” dengan kekayaan alam bahari dan budaya Bugis-Makassar yang kuat. Dalam konteks digitalisasi pariwisata, perempuan pesisir yang terlibat dalam pengelolaan vila, usaha kuliner, serta produksi kain tenun memanfaatkan media sosial dan platform digital seperti *Traveloka* tidak hanya sebagai sarana pemesanan, tetapi juga sebagai media promosi destinasi wisata Pantai Bira.

Data nasional menunjukkan bahwa sektor pariwisata pesisir memiliki kontribusi signifikan terhadap pariwisata Indonesia. Sebelum pandemi COVID-19, jumlah wisatawan mancanegara mencapai sekitar 16 juta pada tahun 2019, dengan wisata pesisir menyumbang sekitar 30% dari total kunjungan (BPS, 2020; Kemenparekraf, 2022). Pandemi menyebabkan penurunan tajam hingga sekitar 4 juta wisatawan pada 2021, namun pemulihan mulai terlihat melalui peningkatan wisata domestik yang mencapai 1,2 miliar perjalanan pada 2022 (Kemenparekraf, 2022). Di Bira, jumlah kunjungan wisatawan meningkat dari sekitar 50.000 orang pada 2018 menjadi lebih dari 100.000 orang pada 2022 (Dinas Pariwisata Bulukumba, 2022), yang sebagian besar dipengaruhi oleh promosi digital dan konten media sosial yang viral. Survei Asosiasi Media Sosial Indonesia menunjukkan bahwa sekitar 70% konten wisata digital di Indonesia dibuat oleh pengguna perempuan, dengan peningkatan partisipasi perempuan pesisir sebesar 25% sejak 2020 (AMSI, 2023). Di Sulawesi Selatan, perempuan pesisir Bira yang aktif di media sosial diperkirakan mencapai 40% dari populasi pesisir digital aktif dan berkontribusi

terhadap peningkatan pendapatan wisata lokal sebesar 15–20% (BPS Sulsel, 2022). Di satu sisi, fenomena ini memberikan dampak positif berupa pemberdayaan ekonomi perempuan, peningkatan keterampilan digital, serta penguatan identitas dan pelestarian budaya lokal. Konten yang dihasilkan perempuan pesisir juga berpotensi mendorong pariwisata berkelanjutan dengan menumbuhkan kesadaran wisatawan terhadap lingkungan dan budaya lokal. Namun, di sisi lain, terdapat risiko seperti kesenjangan digital, tekanan untuk menghasilkan konten yang berorientasi estetika semata, serta potensi komersialisasi berlebihan yang dapat mengancam keaslian budaya dan keberlanjutan lingkungan pesisir.

Penelitian terdahulu telah mengkaji peran perempuan pesisir dalam sektor pariwisata, seperti studi yang dilakukan oleh Awaru dan Aksa (2025) yang menyoroti kontribusi perempuan pesisir di Pantai Tanjung Bira melalui pendekatan kualitatif. Meskipun penelitian tersebut menegaskan pentingnya dukungan kebijakan, kajian tersebut belum membahas secara rinci model pemberdayaan dan rekomendasi praktis berbasis media sosial untuk mendukung keberlanjutan pariwisata.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk mengkaji secara lebih mendalam peran perempuan pesisir di Bira dalam mempromosikan wisata melalui media sosial serta dampaknya terhadap perekonomian lokal, pemberdayaan perempuan, dan keberlanjutan pariwisata. Fokus penelitian ini diarahkan pada dua aspek utama, yaitu menganalisis peran perempuan pesisir dalam promosi wisata digital dan mengkaji dampak promosi tersebut terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis yang mendukung pemberdayaan perempuan dan pengembangan pariwisata pesisir yang inklusif dan berkelanjutan di Indonesia.

## **METODE**

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus, bertujuan untuk menggali secara mendalam peran perempuan pesisir di Bira dalam mempromosikan wisata melalui media sosial, serta dampaknya terhadap perekonomian lokal, pemberdayaan perempuan, dan keberlanjutan wisata. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi, dengan fokus pada perempuan pesisir yang aktif mempromosikan wisata Bira di media sosial, seperti pengelola homestay, penjual makanan, pengrajin, dan pelaku usaha lainnya.

Teknik pengambilan data untuk penelitian ini dilakukan dengan wawancara *mendalam (in-depth interview)* kepada informan utama dan pendukung sesuai kriteria yang telah ditentukan. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur, menggunakan panduan pertanyaan yang relevan

dengan fokus penelitian, yaitu keterlibatan, penggunaan media sosial, kendala digital, dan peran serta harapan perempuan pesisir dalam pengembangan wisata Bira. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu memilih informan berdasarkan kriteria tertentu, yaitu (1) Perempuan pesisir yang secara aktif terlibat dalam promosi wisata Bira, (2) Berdomisili dan telah tinggal di kawasan pesisir Bira dalam kurun waktu satu tahun terakhir, dan (3) Bersedia dan mampu memberikan informasi. Analisis data dilakukan secara kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi ditranskripsikan, kemudian dikodekan untuk mengidentifikasi tema-tema utama terkait peran perempuan, strategi promosi digital, dampak ekonomi, pemberdayaan, dan keberlanjutan pariwisata. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan teknik, sehingga temuan penelitian memiliki tingkat kredibilitas yang memadai.

## **HASIL DAN DISKUSI**

### **Peran Perempuan Pesisir di Bira Dalam Mempromosikan Wisata Melalui Media Sosial**

#### *Membuat dan Menyebarkan Konten Digital untuk Mempromosikan Destinasi Wisata Bira*

Pantai Bira di Kabupaten Bulukumba, Sulawesi Selatan, merupakan destinasi wisata pesisir unggulan yang dikenal dengan pasir putih, laut jernih, dan panorama matahari terbenam. Dalam konteks promosi pariwisata digital, peran remaja lokal menjadi semakin penting, salah satunya ditunjukkan oleh A, remaja perempuan berusia 19 tahun yang merupakan warga asli Bira. A berperan sebagai promotor digital dengan memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan Pantai Bira melalui sudut pandang generasi muda yang autentik dan dekat dengan kehidupan masyarakat setempat.

A secara aktif membuat dan membagikan konten visual berupa foto dan video aktivitas wisata, pemandangan alam, serta kehidupan sehari-hari masyarakat pesisir. Ia mengunggah konten tersebut melalui Instagram dan TikTok dengan memanfaatkan tagar seperti #PantaiBira dan #WisataSulsel untuk memperluas jangkauan audiens. Selain menampilkan keindahan alam, A juga mengangkat aspek budaya dan sosial, seperti aktivitas nelayan dan keseharian warga, sehingga promosi tidak hanya bersifat estetis, tetapi juga naratif dan kontekstual. Sebagai warga lokal, ia menghadirkan perspektif yang jarang muncul dalam promosi wisata resmi, yaitu pengalaman hidup masyarakat pesisir secara langsung.

Peran A sebagai promotor digital memberikan dampak positif bagi Bira, antara lain meningkatkan visibilitas destinasi, menarik minat wisatawan, serta mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui usaha kecil masyarakat. Selain itu, A turut menyuarakan kepedulian terhadap lingkungan dengan menekankan pentingnya menjaga kebersihan pantai, sehingga

mendukung pariwisata berkelanjutan. Meskipun demikian, peran ini masih menghadapi tantangan seperti keterbatasan literasi digital dan risiko komersialisasi berlebihan. Oleh karena itu, diperlukan dukungan berupa pelatihan dan pendampingan agar promosi wisata yang dilakukan generasi muda tetap etis, akurat, dan berkelanjutan.

#### *Sebagai Fasilitator Promosi Destinasi Melalui Akomodasi Digital*

Sebagai destinasi wisata unggulan di Sulawesi Selatan, Pantai Bira tidak hanya dipromosikan melalui keindahan alam, tetapi juga melalui keberadaan akomodasi lokal yang terintegrasi dengan platform digital. Dalam konteks ini, Rosmaida, pemilik penginapan lokal di kawasan Bira, berperan sebagai fasilitator promosi destinasi melalui pemanfaatan platform akomodasi digital. Ia memasarkan penginapannya yang memiliki empat kamar melalui Traveloka agar lebih mudah ditemukan dan diakses oleh wisatawan, sekaligus memperluas jangkauan promosi Pantai Bira secara daring.

Rosmaida secara aktif mengelola profil penginapannya di Traveloka dengan menampilkan foto-foto fasilitas, deskripsi layanan, serta informasi lokasi yang dekat dengan objek wisata pantai. Selain itu, ia mendorong tamu untuk memberikan ulasan dan penilaian, yang berfungsi sebagai bentuk promosi berbasis pengalaman pengguna. Ulasan tersebut tidak hanya meningkatkan kredibilitas penginapan, tetapi juga secara tidak langsung mempromosikan Bira sebagai destinasi yang nyaman dan layak dikunjungi. Melalui sistem pencarian dan rekomendasi platform, penginapan Rosmaida berpotensi muncul dalam berbagai pencarian wisatawan, sehingga meningkatkan visibilitas destinasi secara keseluruhan. Peran Rosmaida sebagai fasilitator promosi bersifat strategis karena penginapannya menjadi pintu masuk digital bagi wisatawan yang merencanakan kunjungan ke Bira. Informasi yang muncul dalam profil dan ulasan sering kali memuat gambaran tentang keindahan pantai, aktivitas wisata, dan kuliner lokal, sehingga menciptakan efek promosi berantai. Meskipun menghadapi tantangan seperti persaingan dengan penginapan skala besar dan fluktuasi jumlah wisatawan, Rosmaida terus meningkatkan kualitas layanan berdasarkan masukan tamu agar tetap kompetitif.

Secara keseluruhan, pemanfaatan platform akomodasi digital oleh Rosmaida menunjukkan bahwa pelaku lokal memiliki peran penting dalam promosi pariwisata berbasis digital. Melalui strategi sederhana namun konsisten, ia tidak hanya mengembangkan usahanya, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan pariwisata Bira yang lebih berkelanjutan dan inklusif.

### *Memperkenalkan Identitas Budaya Bira Melalui Produk Lokal*

Pantai Bira tidak hanya dikenal karena keindahan alamnya, tetapi juga karena kekayaan budaya pesisir yang tercermin dalam produk-produk lokal seperti kain tenun bermotif ikat, busana tradisional, dan kerajinan tangan. Produk-produk ini merepresentasikan sejarah, nilai sosial, dan identitas masyarakat pesisir Bira. Dalam konteks promosi budaya, Dimasian, sebagai penenun dan penjual busana lokal, berperan penting dalam memperkenalkan identitas budaya tersebut kepada wisatawan yang berkunjung ke kawasan Pantai Bira.

Dimasian mengelola usaha kecil berbasis kerajinan tradisional dengan memproduksi sendiri kain tenun yang dijual kepada wisatawan. Melalui interaksi langsung, ia tidak hanya menawarkan produk, tetapi juga menjelaskan proses pembuatan kain tenun secara manual serta makna motif yang digunakan. Praktik ini memberi nilai tambah pada produk yang dijual, karena wisatawan memperoleh pemahaman tentang budaya lokal, bukan sekadar membeli cendera mata. Produk-produk tersebut kemudian sering dibagikan oleh wisatawan melalui media sosial sebagai bagian dari pengalaman berwisata.

Unggahan wisatawan yang menampilkan kain atau busana tenun Bira secara tidak langsung memperluas promosi budaya lokal ke ruang digital. Konten semacam ini memiliki daya tarik tinggi karena bersifat autentik dan berbasis pengalaman langsung. Satu unggahan dapat menjangkau audiens luas dan memicu ketertarikan terhadap budaya Bira, baik dalam bentuk interaksi daring maupun kunjungan lanjutan. Dengan cara ini, produk lokal menjadi medium efektif untuk menyebarkan narasi budaya pesisir Bira dalam konteks pariwisata modern. Meskipun demikian, Dimasian menghadapi tantangan seperti persaingan dengan produk massal yang lebih murah, keterbatasan akses digital, serta risiko komodifikasi budaya. Namun secara keseluruhan, perannya menunjukkan bahwa pelaku usaha lokal dapat menjadi agen penting dalam promosi budaya dan pariwisata berkelanjutan. Melalui produk dan interaksi langsung, Dimasian berkontribusi pada pelestarian identitas budaya Bira sekaligus memperkuat posisi Bira sebagai destinasi wisata budaya yang autentik dan bernilai.

### *Membangun Daya Tarik Lokal Melalui Interaksi Langsung Dengan Wisatawan*

Sebagai destinasi wisata utama di Kabupaten Bulukumba, Sulawesi Selatan, Pantai Bira dikenal bukan hanya karena keindahan alamnya, tetapi juga karena pengalaman sosial yang dibangun melalui interaksi langsung antara masyarakat lokal dan wisatawan. Interaksi ini menciptakan kesan yang lebih hidup dan bermakna dibandingkan promosi visual semata. Dalam konteks tersebut, perempuan pesisir seperti Rikawati, yang berjualan jajanan dan air minum di sekitar kawasan wisata, memegang peran penting sebagai fasilitator pengalaman

wisata berbasis manusia. Meskipun tidak terlibat langsung dalam promosi digital, aktivitas Rikawati kerap terekam dalam unggahan wisatawan di media sosial, sehingga berkontribusi pada pembentukan citra Bira sebagai destinasi yang ramah dan autentik.

Rikawati menjalankan usaha sederhana di titik-titik strategis menuju pantai dengan menawarkan makanan ringan dan minuman. Interaksi yang ia bangun tidak berhenti pada transaksi jual beli, tetapi berkembang menjadi percakapan santai yang mempererat hubungan sosial antara penduduk lokal dan wisatawan. Melalui keramahan dan kehadiran yang konsisten, Rikawati menjadi bagian dari pengalaman wisata itu sendiri, sehingga kunjungan ke Bira terasa lebih personal dan berkesan. Pengalaman semacam ini sering dibagikan wisatawan melalui media sosial, baik secara visual maupun naratif, dan memperkuat kesan positif tentang kehidupan sosial masyarakat pesisir Bira.

Dalam menjalankan perannya, Rikawati menghadapi tantangan seperti fluktuasi kunjungan wisata dan persaingan usaha. Namun, strategi sederhana seperti menjaga kebersihan, mempertahankan kualitas produk, serta menawarkan harga terjangkau menjadi upaya adaptif yang relevan. Dengan dukungan pelatihan dasar dan pendekatan keberlanjutan, seperti penggunaan kemasan ramah lingkungan, peran pedagang lokal seperti Rikawati berpotensi semakin kuat dalam mendukung pariwisata yang beretika dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, pengalaman Rikawati menegaskan bahwa promosi wisata tidak selalu bergantung pada teknologi digital. Interaksi langsung, keramahan, dan kehadiran sosial justru menjadi fondasi penting dalam membangun daya tarik destinasi. Bersama dengan peran perempuan pesisir lainnya, seperti remaja A yang memproduksi konten digital, Rosmaida yang mempromosikan akomodasi melalui platform daring, serta Dimasian yang mengenalkan budaya lewat produk kerajinan, Rikawati melengkapi ekosistem promosi wisata Bira secara holistik. Kontribusi kolektif ini membentuk narasi wisata yang utuh, menempatkan Bira bukan sekadar sebagai destinasi alam, tetapi sebagai ruang interaksi manusia, budaya, dan pengalaman yang berkelanjutan.

### **Dampak Promosi Tersebut Terhadap Perekonomian Lokal, Pemberdayaan Perempuan, dan Keberlanjutan Wisata di Daerah Bira**

#### *Dampak terhadap Perekonomian Lokal*

Promosi digital oleh remaja, seperti inisial A dan pemilik akomodasi seperti Rosmaida melalui platform seperti Instagram, TikTok, atau blog wisata membantu menjangkau audiens lebih luas. Konten seperti foto pantai, ulasan pengalaman, atau video homestay menarik wisatawan domestik dan internasional. Ini meningkatkan jumlah kunjungan ke Bira, yang

sebelumnya mungkin kurang terkenal. Dampak pada Pendapatan dapat dilihat pada banyak wisatawan, usaha kecil seperti homestay, warung makan, dan penjualan souvenir mengalami lonjakan pendapatan. Secara keseluruhan, ini mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui multiplier effect uang yang dibelanjakan wisatawan beredar di komunitas, seperti membeli makanan dari warga setempat.

Wisatawan yang sering membagikan foto atau ulasan produk UMKM seperti kerajinan tangan misalnya, kain tenun, pakaian, atau aksesoris di media sosial. Ini memberikan eksposur gratis dan organik, menarik pembeli baru tanpa biaya iklan besar. Penjualan produk menjadi meningkat karena lebih banyak orang tahu dan Pedagang kerajinan bisa menjual lebih banyak souvenir, sementara usaha kuliner mendapatkan pelanggan tambahan. Ini langsung meningkatkan pendapatan keluarga, membantu mengurangi kemiskinan dan mendorong investasi kecil, seperti membeli bahan baku lebih banyak.

Pertumbuhan pariwisata menciptakan permintaan baru untuk layanan, seperti pengelola homestay, pemandu wisata, atau pedagang di pasar lokal. Promosi digital mempercepat ini dengan menarik lebih banyak wisatawan, sehingga bisnis perlu merekrut tenaga kerja tambahan. Dampak Khususnya pada Perempuan ini dapat dilihat dengan banyak perempuan di daerah seperti Bira terlibat sebagai pelaku usaha misalnya, menjalankan homestay, atau pedagang. Ini memberikan kesempatan kerja yang fleksibel, seringkali dari rumah, yang cocok dengan peran mereka dalam keluarga. Secara sosial-ekonomi, ini meningkatkan kemandirian perempuan dan mengurangi ketimpangan gender.

### *Pemberdayaan Perempuan*

Perempuan sering terlibat langsung dalam promosi wisata melalui peran seperti kreator konten misalnya, membuat video atau foto destinasi di media sosial, fasilitator akomodasi online seperti mengelola booking homestay via aplikasi, dan penjual produk budaya seperti kerajinan tangan atau makanan. Ini dimungkinkan oleh akses mudah ke teknologi digital, yang memungkinkan mereka berpartisipasi tanpa harus meninggalkan tanggung jawab rumah tangga. Dengan menjadi pelaku utama, perempuan memperkuat posisi mereka dalam ekonomi digital dan industri pariwisata pesisir. Mereka tidak lagi hanya sebagai pendukung, tetapi sebagai penggerak utama, yang meningkatkan pendapatan pribadi dan keluarga. Ini juga membantu mengurangi ketergantungan pada pekerjaan tradisional, seperti pertanian, dan membuka peluang kewirausahaan.

Keterlibatan aktif dalam promosi wisata membuka ruang untuk belajar keterampilan digital, seperti menggunakan aplikasi editing foto, manajemen media sosial, atau platform e-commerce. Keterlibatan aktif dalam promosi wisata ini mendorong perempuan menjadi motor penggerak ekonomi keluarga, seperti mengelola anggaran rumah tangga atau berinvestasi dalam usaha kecil. Selain itu, mereka berkontribusi pada pelestarian budaya lokal dengan mendorong generasi muda belajar tradisi melalui promosi digital. Secara psikologis, ini membangun rasa empati dan motivasi untuk berkembang.

Perempuan berperan dalam promosi produk kerajinan seperti tenun dan interaksi langsung dengan wisatawan. Ini memperkaya pengalaman wisatawan, membuat pariwisata lebih autentik dan berkelanjutan. Partisipasi ini memperkuat identitas budaya masyarakat Bira, karena perempuan sering menjadi penjaga tradisi. Wisatawan yang puas akan membagikan ulasan positif, menarik lebih banyak kunjungan dan mendukung pelestarian budaya. Ini juga menciptakan efek domino, di mana perempuan mendorong komunitas untuk menghargai warisan lokal.

#### *Keberlanjutan Wisata*

Interaksi langsung terjadi melalui pertemuan tatap muka di lokasi seperti homestay, pantai, pasar tradisional, di mana Masyarakat terutama perempuan sebagai pengelola akomodasi atau pedagang berbagi cerita pribadi, pengalaman sehari-hari, dan nilai-nilai lokal. Interaksi langsung membangun ikatan antara wisatawan dan masyarakat, mendorong rasa saling menghormati dan solidaritas. Ini juga mengurangi risiko over-tourism dengan menekankan pengalaman terbatas dan personal, mencegah kerusakan sosial seperti pemisahan kelas atau konflik antar kelompok. Promosi digital memperkuat dampak ini dengan membagikan narasi positif, seperti testimonial tentang keramahan penduduk, yang menarik wisatawan yang peduli sosial. Dalam aspek budaya, interaksi langsung menjadi sarana pelestarian identitas Bira, seperti bahasa daerah, atau kerajinan tangan, dengan mencegah erosi akibat globalisasi. Wisatawan belajar dan menghargai nilai-nilai ini melalui cerita langsung, yang kemudian mereka sebarkan via media sosial, menciptakan efek domino untuk melestarikan warisan.

Bira sebagai destinasi berkelanjutan dengan fokus pada keseimbangan antara ekonomi, sosial, dan lingkungan. Wisatawan mendapatkan pengalaman mendalam, yang mendorong ulasan positif dan kunjungan berulang, sambil melibatkan pengelolaan wisata untuk menghindari over-tourism. Secara keseluruhan, model ini menjadikan Bira sebagai contoh wisata berkelanjutan yang seimbang, di mana interaksi langsung memastikan manfaat ekonomi tidak mengorbankan sosial atau budaya. Promosi digital sebagai penguat utama memungkinkan

skalabilitas tanpa biaya tinggi, tetapi tantangan seperti akses internet terbatas atau perubahan iklim perlu diatasi melalui kolaborasi dengan pemerintah dan NGO atau organisasi independen yang tidak berafiliasi dengan pemerintah atau sektor bisnis.

Secara ekonomi, meningkatkan kunjungan wisatawan yang mendorong pendapatan UMKM, homestay, aksesoris, dan pakaian melalui eksposur organik, serta menciptakan lapangan kerja baru terutama untuk perempuan, dalam pemberdayaan perempuan, mereka tampil sebagai kreator konten dan pengelola akomodasi, memperkuat posisi ekonomi digital, membangun keterampilan, kepercayaan diri, dan peran dalam pelestarian budaya, sementara untuk keberlanjutan wisata, dapat dilihat pada narasi positif yang memperkuat identitas sosial dan budaya lokal, menjadikan Bira sebagai destinasi wisata berkelanjutan yang seimbang antara ekonomi, sosial, dan ekologi.

## **KESIMPULAN**

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa perempuan pesisir di Bira berperan strategis sebagai agen perubahan dalam promosi wisata, baik secara langsung melalui produksi konten digital, pengelolaan akomodasi, dan penjualan produk budaya, maupun secara tidak langsung melalui interaksi sosial yang membangun pengalaman wisata yang hangat dan autentik. Kontribusi kolektif tersebut membentuk citra Bira sebagai destinasi yang ramah, kaya budaya, dan berkelanjutan, sekaligus meningkatkan visibilitas destinasi dan memperkuat perekonomian lokal melalui pertumbuhan UMKM, homestay, dan usaha informal yang dikelola perempuan. Selain berdampak ekonomi, peran ini juga mendorong pemberdayaan perempuan melalui penguatan keterampilan digital, kepercayaan diri, kewirausahaan, serta keterlibatan aktif dalam pelestarian budaya dan lingkungan. Promosi berbasis komunitas yang menekankan keseimbangan ekonomi, sosial, dan ekologis menjadikan pariwisata Bira lebih inklusif dan berkelanjutan. Oleh karena itu, model partisipasi perempuan pesisir di Bira dapat dijadikan rujukan pengembangan pariwisata pesisir di Indonesia, dengan dukungan pelatihan, kolaborasi kebijakan, dan pendekatan etis yang memastikan pembangunan pariwisata berjalan adil, manusiawi, dan lestari.

## **REKOMENDASI**

Rekomendasi praktis untuk meningkatkan pemberdayaan perempuan dan keberlanjutan pariwisata pesisir di Indonesia yaitu:

- Perempuan pesisir perlu mendapatkan pelatihan digital dan pemasaran online agar mampu membuat dan mempromosikan konten wisata secara mandiri. Pelatihan ini dapat mencakup

penggunaan media sosial, pembuatan konten foto dan video sederhana, serta pemanfaatan platform digital untuk memasarkan produk lokal seperti kerajinan, makanan, dan jasa wisata. Dengan keterampilan ini, perempuan pesisir dapat lebih percaya diri dan menjangkau pasar yang lebih luas.

- Pembentukan kelompok usaha perempuan perlu didorong melalui kolaborasi dengan pemerintah, organisasi pariwisata, dan platform digital. Kelompok usaha memudahkan perempuan berbagi pengalaman, mengakses pelatihan, memperoleh dukungan modal, serta memperluas jaringan pemasaran. Dukungan pemerintah dan mitra terkait dapat berupa pendampingan, fasilitas pelatihan, dan akses promosi.
- Perlu dikembangkan program promosi budaya dan edukasi lingkungan yang melibatkan perempuan pesisir sebagai pelaku utama. Kegiatan seperti pameran budaya, kampanye kebersihan pantai, dan edukasi wisata ramah lingkungan dapat memperkuat identitas lokal sekaligus meningkatkan kesadaran wisatawan.
- Promosi wisata harus dilakukan secara etis dan partisipatif, dengan melibatkan masyarakat lokal dalam perencanaan dan pelaksanaan. Pendekatan ini memastikan pariwisata memberi manfaat nyata bagi perempuan pesisir, sekaligus menjaga keaslian budaya dan kelestarian lingkungan.

## REFERENSI

- Awaru, A. O. T., & Aksa, M. (2025). Kontribusi perempuan pesisir dalam ekonomi pariwisata: Studi kasus Pantai Tanjung Bira, Kabupaten Bulukumba. *Padaringan: Jurnal Pendidikan Sosiologi Antropologi*, 7(3), 199–216.
- Asosiasi Media Sosial Indonesia. (2023). *Laporan tren media sosial Indonesia 2023*. Jakarta: AMSI.
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Statistik pariwisata Indonesia 2020*. Jakarta: BPS.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Selatan. (2022). *Profil daerah Kabupaten Bulukumba 2022*. Makassar: BPS Sulawesi Selatan.
- Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba. (2023). *Laporan kunjungan wisatawan Bira tahun 2022–2023*. Bulukumba: Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba.
- Hootsuite, & We Are Social. (2023). *Digital 2023: Indonesia report*. Singapore: Hootsuite.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2022). *Laporan kinerja sektor pariwisata tahun 2022*. Jakarta: Kemenparekraf.
- UNESCO. (2021). *Digital tourism in coastal communities: Empowering women in Asia-Pacific*. Paris: UNESCO.
- United Nations. (2023). *Progress towards the Sustainable Development Goals: Report of the Secretary-General*. New York, NY: United Nations.
- Wahyuni, S., & Putra, I. G. N. (2021). Perempuan pesisir dan pemberdayaan ekonomi melalui media sosial di Indonesia. *Jurnal Sosiologi Indonesia*, 8(1), 78–95.
- World Bank. (2022). *Indonesia's coastal tourism: Opportunities and challenges*. Washington, DC: World Bank.