

DAMPAK LANGSUNG SPORT TOURISM SURFING NIAS PRO TAHUN 2025

Anggi Yuhista¹, I Made Bayu Ariwangsa²

Email : anggi.yuhista@gmail.com¹, bayu_ariwangsa@unud.ac.id²

¹Pengurus Besar Persatuan Selancar Ombak Indonesia, ²Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana

Abstract: Nias Pro 2025 is an international surfing competition held at Sorake Beach, South Nias Regency, Indonesia, aimed at promoting sport tourism and supporting athlete development. This study employs a quantitative descriptive approach to measure the direct economic impact on local communities, the economic contribution of the travel sector, and the media exposure generated by the event. The results indicate that the direct economic impact, derived from expenditures by athletes, officials, and supporting activities, reached IDR 6,712,750,000, while the contribution from the travel sector, including air transportation and Visa on Arrival (VoA) services, amounted to IDR 3,861,789,100. In terms of promotion, Nias Pro 2025 generated extensive international exposure through press releases, digital broadcasting, and social media platforms, with an estimated Advertising Value Equivalent (AVE) of IDR 351,335,034,089. Beyond its economic contributions, the event also plays a role in strengthening Indonesia's international surfing ecosystem and positioning South Nias Regency as a sport tourism destination. Overall, the findings demonstrate the relationship between sport event organization, economic impact, and media exposure in supporting the development of sport tourism at both regional and national levels.

Abstrak: Nias Pro 2025 merupakan kejuaraan selancar internasional yang diselenggarakan di Pantai Sorake, Kabupaten Nias Selatan, Indonesia, dengan tujuan mempromosikan sport tourism serta mendukung pengembangan atlet. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif untuk mengukur dampak ekonomi langsung terhadap masyarakat lokal, kontribusi ekonomi sektor perjalanan, serta eksposur media yang dihasilkan dari penyelenggaraan event. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak ekonomi langsung yang berasal dari pengeluaran atlet, ofisial, dan aktivitas pendukung mencapai Rp6.712.750.000, sedangkan kontribusi sektor perjalanan, termasuk transportasi udara dan layanan Visa on Arrival (VoA), mencapai Rp3.861.789.100. Dari sisi promosi, Nias Pro 2025 menghasilkan eksposur internasional melalui siaran pers, penyiaran digital, dan media sosial dengan nilai Advertising Value Equivalent (AVE) sebesar Rp351.335.034.089. Selain kontribusi ekonomi, event ini berperan dalam memperkuat ekosistem selancar internasional Indonesia serta mendukung posisi Kabupaten Nias Selatan sebagai destinasi sport tourism. Secara keseluruhan, temuan penelitian menunjukkan keterkaitan antara penyelenggaraan event olahraga, dampak ekonomi, dan eksposur media dalam mendukung pengembangan sport tourism di tingkat daerah dan nasional.

Kata kunci: Dampak Langsung , Sport Tourism, Surfing, Nias Pro

PENDAHULUAN

Sport tourism merupakan salah satu sektor dengan pertumbuhan tercepat dalam industri pariwisata global, di mana aktivitas olahraga menjadi daya tarik utama maupun pendukung dalam perjalanan wisata. Penyelenggaraan event olahraga berskala internasional tidak hanya mampu menarik wisatawan, tetapi juga berfungsi sebagai instrumen penguatan branding destinasi serta pendorong pertumbuhan ekonomi daerah

melalui berbagai aktivitas konsumsi dan jasa pendukung.

Salah satu cabang olahraga yang memiliki potensi strategis dalam pengembangan sport tourism adalah selancar ombak (*surfing*). Secara global, perkembangan industri selancar menunjukkan tren yang signifikan baik dari sisi jumlah pelaku maupun nilai ekonomi. Berdasarkan penelitian Yuhista (2020) yang mengacu pada data *International Surfing Association* (ISA) dan *World Surf League* (WSL)

menunjukkan bahwa pada tahun 2020 jumlah peselancar aktif di seluruh dunia mencapai sekitar 62 juta orang, dengan sekitar 375 juta individu memiliki ketertarikan terhadap olahraga ini. Dari total peselancar aktif tersebut, sekitar 24,8 juta atau 40% berasal dari kelompok berpendapatan menengah hingga tinggi, yang mengindikasikan potensi ekonomi yang besar dalam pasar selancar global. Lebih lanjut, komposisi geografis peselancar menunjukkan penyebaran secara global dengan proporsi yang beragam, yaitu Eropa sebesar 13% (sekitar 8,06 juta peselancar), Amerika Serikat sebesar 10% (sekitar 6,2 juta peselancar), Brasil sebesar 8% (sekitar 4,96 juta peselancar), Australia sebesar 7,4% (sekitar 4,59 juta peselancar), Jepang sebesar 5,8% (sekitar 3,6 juta peselancar), serta kawasan lainnya sebesar 2% (sekitar 1,24 juta peselancar). Pola tersebut mengindikasikan bahwa pasar selancar memiliki karakteristik global dan tidak terpusat pada satu wilayah tertentu. Meskipun demikian, distribusi aktivitas menunjukkan adanya kecenderungan konsentrasi di kawasan Eropa dan Amerika sebagai pusat utama perkembangan industri selancar. Di sisi lain, kawasan Asia dan Oseania tetap memiliki peran signifikan dalam dinamika pasar, khususnya dalam mendukung arus mobilitas wisatawan peselancar. Jepang dan Australia menempati posisi strategis sebagai target pasar potensial. Hal ini didasarkan pada besarnya basis permintaan serta kedekatan geografis relatif terhadap Indonesia, yang secara langsung meningkatkan aksesibilitas dan peluang kunjungan wisatawan. Kondisi ini menjadikan surfing sebagai pendorong mobilitas wisatawan internasional menuju destinasi dengan kualitas ombak unggulan (O'Brien & Ponting, 2013; Lazarow, 2007).

Indonesia memiliki keunggulan geografis sebagai negara kepulauan yang diapit oleh Samudra Hindia dan Pasifik, sehingga menghasilkan beragam ombak kelas dunia. Salah satu destinasi unggulan adalah Pantai Sorake, Kabupaten Nias Selatan, yang telah dikenal secara internasional. Untuk mengoptimalkan potensi tersebut, diselenggarakan event Nias Pro bekerja sama dengan *World Surf League* (WSL), *Asian Surf Cooperative* (ASC), dan Persatuan Selancar Ombak Indonesia (PSOI). Sejak 2018, event ini menjadi agenda tahunan yang tidak

hanya berfungsi sebagai kompetisi olahraga, tetapi juga sebagai sarana promosi destinasi dan penggerak ekonomi lokal melalui keterlibatan berbagai sektor usaha. Penyelenggaraan Nias Pro 2025 merupakan bagian dari keberlanjutan strategi pengembangan pariwisata berbasis *sport tourism* di Kabupaten Nias Selatan. Event ini dirancang untuk meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara dan domestik, membangun citra Nias Selatan sebagai destinasi surfing kelas dunia, serta mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Setiap rangkaian kegiatan dalam Nias Pro 2025 melibatkan berbagai pelaku ekonomi, mulai dari penyelenggara, atlet, ofisial, media, hingga wisatawan, yang secara langsung memicu aktivitas ekonomi di sektor akomodasi, konsumsi, transportasi, tenaga kerja lokal, dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Berdasarkan latar belakang tersebut, Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menilai dampak ekonomi langsung serta dampak media dari penyelenggaraan Nias Pro 2025 di Pantai Sorake, Kabupaten Nias Selatan. Fokus utama analisis terletak pada estimasi pengeluaran langsung (*direct expenditure*) yang dilakukan oleh atlet, wisatawan, penyelenggara, dan pelaku usaha lokal, serta kontribusinya terhadap perekonomian daerah. Pendekatan ini merupakan metode yang umum digunakan dalam kajian event olahraga untuk mengukur manfaat ekonomi bagi wilayah tuan rumah (Dwyer et al., 2005; Taks et al., 2011). Selain itu, penelitian ini juga mengevaluasi dampak media melalui indikator jangkauan audiens dan nilai eksposur guna menilai efektivitas promosi destinasi. Hasil kajian diharapkan menjadi dasar evaluasi dan perencanaan pengembangan *sport tourism* berkelanjutan.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan di kawasan Pantai Sorake dan Kabupaten Nias Selatan, Provinsi Sumatera Utara, pada Juni 2025 dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Data yang digunakan meliputi data primer dan sekunder. Data primer mencakup estimasi pengeluaran penyelenggara, atlet, ofisial, wisatawan, serta eksposur media selama penyelenggaraan Nias Pro 2025, sedangkan data sekunder diperoleh dari

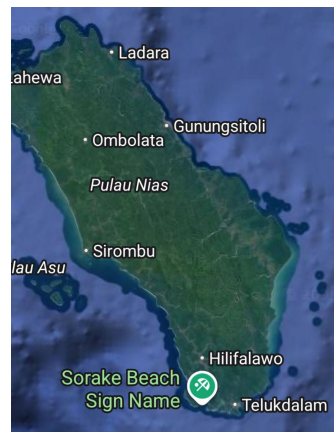
laporan kegiatan, standar operasional event WSL, data statistik pariwisata, serta referensi kebijakan terkait *sport tourism*. Populasi penelitian mencakup atlet non-lokal 166 orang beserta pendamping dan ofisial. Dalam penelitian ini digunakan pendekatan sensus terhadap seluruh populasi utama, sehingga jumlah responden (n) yang berhasil dihimpun adalah sebanyak 371 responden, yang terdiri dari 166 atlet non-lokal, 166 pendamping (masing-masing satu pendamping per atlet), serta 39 ofisial. Pendamping atlet dalam penelitian ini mencakup berbagai peran, antara lain fotografer, pelatih (*coach*), anggota keluarga, teman, maupun pasangan yang turut berkontribusi terhadap pola pengeluaran selama kegiatan berlangsung. Pendekatan sensus dipilih karena seluruh elemen populasi yang terlibat dalam kegiatan event dapat dijangkau secara langsung, sehingga mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif dan meminimalkan bias sampling (Creswell & Creswell, 2018; Sugiyono, 2019). Selain itu, penggunaan sensus dalam penelitian dengan ukuran populasi yang relatif terbatas dinilai lebih tepat untuk meningkatkan akurasi estimasi dan representasi data (Sekaran & Bougie, 2016).

Instrumen pengumpulan data primer menggunakan kuesioner terstruktur untuk mengidentifikasi pola pengeluaran responden selama mengikuti event, meliputi akomodasi, konsumsi, transportasi lokal, serta belanja pada sektor UMKM, yang diperkuat melalui wawancara terstruktur secara terbatas. Analisis dilakukan menggunakan pendekatan *Direct Economic Impact Calculator* (DEC) untuk mengestimasi pengeluaran langsung (*direct spending*) yang berkontribusi terhadap perekonomian lokal (Dwyer et al., 2005; Rossini et al., 2025), dengan komponen perhitungan meliputi pengeluaran di lokasi dan pengeluaran perjalanan. Selain itu, penelitian ini juga mengukur Media Value menggunakan pendekatan *Advertising Value Equivalent* (AVE) untuk menilai nilai ekonomi dari eksposur media melalui berbagai kanal publikasi. Meskipun memiliki keterbatasan, metode ini tetap relevan dalam memberikan gambaran kuantitatif terhadap kontribusi promosi event dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing destinasi (Kee & Hassan, 2006; AMEC, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Sport Tourism Surfing Nias Pro



Gambar 1. Peta Pulau Nias
Sumber: Google Maps, 2025

Pantai Sorake terletak di Desa Botohilitano, Kecamatan Teluk Dalam, Kabupaten Nias Selatan, Provinsi Sumatera Utara. Kawasan ini merupakan salah satu destinasi wisata unggulan di Nias Selatan yang telah dikenal luas di kalangan peselancar internasional. Akses menuju Pantai Sorake dapat ditempuh melalui jalur udara dan darat. Wisatawan umumnya menggunakan penerbangan menuju Bandara Binaka, Kota Gunungsitoli, kemudian melanjutkan perjalanan darat menuju Pantai Sorake dengan jarak sekitar 105 km. Waktu tempuh dari Bandara Binaka ke lokasi berkisar antara 2-3 jam, tergantung pada kondisi lalu lintas dan cuaca. Ketersediaan akses transportasi ini menjadikan Pantai Sorake relatif mudah dijangkau oleh wisatawan domestik maupun mancanegara.

Secara geografis, Pantai Sorake berhadapan langsung dengan Samudra Hindia sehingga memiliki karakteristik gelombang yang relatif konsisten, tinggi, dan panjang. Pada periode puncak musim selancar, yang umumnya berlangsung antara Mei hingga Oktober, tinggi gelombang dapat mencapai 6–7 meter dengan panjang lintasan ombak berkisar antara 100 hingga 150 meter. Selain itu, Pantai Sorake dikenal memiliki tipe gelombang *right-hand point break* (ombak kanan) yang jarang ditemukan di lokasi lain, dengan formasi yang

stabil dan memungkinkan peselancar melakukan manuver dalam durasi yang lebih panjang. Hal tersebut dibuktikan dengan masuknya Pantai Sorake sebagai salah satu lokasi dalam kalender kompetisi *World Surf League* (WSL), melalui penyelenggaraan event “NIAS PRO” yang secara rutin menarik peselancar dari berbagai negara.

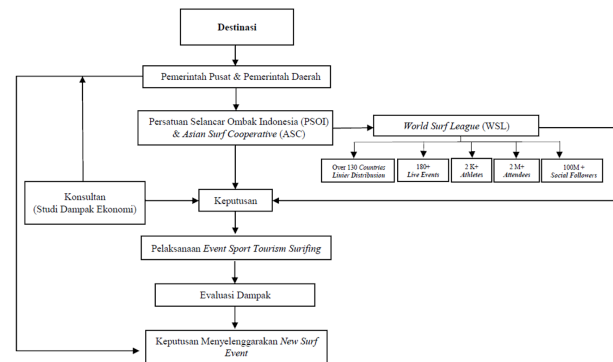


Gambar 2. Logo Nias Pro
(Sumber: Dinas Kebudayaan, Pariwisata, dan Kepemudaan Olahraga Nias Selatan, 2025)

Nias Pro merupakan ajang kompetisi selancar yang diselenggarakan sebagai bagian dari strategi promosi pariwisata Kabupaten Nias Selatan. Penamaan “Nias Pro” mengacu pada identitas geografis Kepulauan Nias, sementara istilah “Pro” menunjukkan bahwa kompetisi ini termasuk dalam kategori profesional yang terintegrasi dalam kalender resmi *World Surf League* (WSL). Status tersebut mengindikasikan bahwa event ini diikuti oleh peselancar profesional yang terdaftar secara resmi serta berkompetisi untuk memperoleh poin peringkat dunia (*world ranking points*) dan hadiah (*prize money*). Penggunaan istilah “Pro” juga mencerminkan standar penamaan global WSL yang mengkombinasikan nama lokasi dengan kategori kompetisi, sehingga menempatkan event ini sebagai bagian dari rangkaian tur internasional. Secara strategis, penyematan label tersebut berkontribusi dalam memperkuat citra destinasi sebagai lokasi selancar berkelas dunia, sekaligus meningkatkan daya tarik terhadap sponsor, memperluas eksposur media, dan mendorong peningkatan kunjungan wisatawan dalam kerangka pengembangan *sport tourism*.

Model Event Sport Tourism Surfing Nias Pro

Model penyelenggaraan *sport tourism surfing* di Indonesia, khususnya pada event Nias Pro di Kabupaten Nias Selatan, menunjukkan karakter yang kolaboratif, berulang (*siklikal*), serta berbasis pada evaluasi dampak. Secara konseptual, proses ini diawali dari destinasi sebagai fondasi utama yang merepresentasikan potensi sumber daya alam, seperti kualitas gelombang, kondisi pantai, dan tingkat aksesibilitas, sebagai daya tarik inti. Dalam kajian *sport tourism*, destinasi dipandang sebagai *core product* yang memiliki peran dominan dalam menentukan keberhasilan suatu event (Higham & Hinch, 2018). Selanjutnya, potensi tersebut dikelola melalui sistem tata kelola yang melibatkan pemerintah pusat dan daerah sebagai aktor utama dalam penyusunan kebijakan, regulasi, serta penyediaan infrastruktur dan dukungan pembiayaan. Keterlibatan ini mencerminkan pendekatan *governance* dalam manajemen event, yang menekankan pentingnya sinergi lintas sektor dalam penyelenggaraan event internasional (Parent & Smith-Swan, 2013).

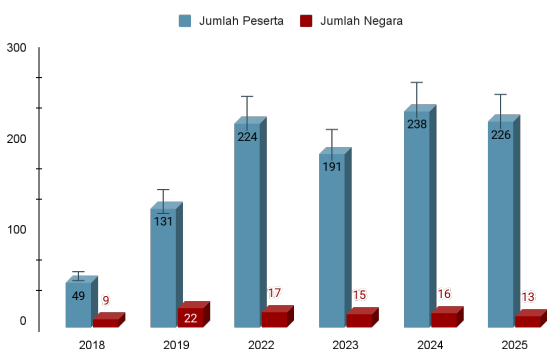


Gambar 3. Model Event Sport Tourism Surfing Indonesia
(Sumber: Modifikasi dari Yuhista, 2020)

Tahap berikutnya adalah pelaksanaan event, yang merupakan manifestasi dari perencanaan strategis dan koordinasi antar pemangku kepentingan. Pada fase ini, event tidak hanya berfungsi sebagai kompetisi olahraga, tetapi juga sebagai sarana promosi destinasi, peningkatan daya tarik wisata, serta penguatan citra kawasan di tingkat global. Setelah kegiatan berlangsung, dilakukan evaluasi dampak yang mencakup

aspek ekonomi, sosial, dan eksposur media. Proses evaluasi ini berperan sebagai mekanisme umpan balik yang penting, karena hasilnya menjadi dasar dalam perumusan kebijakan dan perbaikan penyelenggaraan event di masa mendatang. Dengan demikian, keseluruhan proses membentuk suatu siklus berkelanjutan (*continuous improvement cycle*), yang mencerminkan pendekatan *sustainable event management*, di mana setiap penyelenggaraan event menjadi bagian dari proses pembelajaran dan pengembangan destinasi secara jangka panjang.

Perkembangan Partisipasi Nias Pro dan Implikasinya terhadap Pariwisata Daerah



Gambar 4. Diagram Peserta Nias Pro 2018-2025
(Sumber: *World Surf League Event Directory*, Data Diolah 2025)

Berdasarkan tren pada grafik, jumlah peserta Nias Pro menunjukkan peningkatan yang konsisten dan signifikan, dari 49 peserta yang berasal dari 9 negara pada tahun 2018 menjadi 131 peserta dari 22 negara pada tahun 2019. Setelah periode jeda, jumlah peserta kembali meningkat secara tajam pada tahun 2022 menjadi 224 peserta dari 17 negara, kemudian mengalami sedikit penurunan pada tahun 2023 menjadi 191 peserta dari 15 negara. Tren tersebut kembali menunjukkan peningkatan pada tahun 2024 dengan capaian tertinggi, yaitu 238 peserta dari 16 negara. Namun, pada tahun 2025 jumlah peserta tercatat menurun menjadi 226 orang dengan 13 negara partisipan. Penurunan ini tidak mengindikasikan lemahnya minat, melainkan merupakan implikasi dari kebijakan pembatasan jumlah peserta (*participant cap*) yang diterapkan

oleh penyelenggara akibat tingginya permintaan, khususnya dari luar kawasan Asia-Pasifik. Kebijakan ini sekaligus diarahkan untuk memperluas peluang bagi atlet di kawasan Asia-Pasifik dalam mengakses kompetisi serta memperoleh poin peringkat dunia. Selain itu, pembatasan tersebut juga mempertimbangkan kapasitas teknis Pantai Sorake, ketersediaan infrastruktur pendukung, efisiensi manajemen pertandingan, serta aspek keselamatan atlet.

Dalam implementasinya, atlet dari luar kawasan Asia-Pasifik tetap diperkenankan berpartisipasi, namun hanya berhak memperoleh *prize money* tanpa mendapatkan poin peringkat (*ranking points*). Kebijakan ini mencerminkan praktik dalam pengelolaan olahraga internasional yang bertujuan menciptakan distribusi kesempatan yang lebih proporsional bagi atlet lintas wilayah dalam mengakses jenjang kompetisi yang lebih tinggi (Higham & Hinch, 2018). Dalam kerangka tersebut, regionalisasi kompetisi diposisikan sebagai strategi untuk meningkatkan efisiensi sistem kualifikasi sekaligus memperkuat pengembangan olahraga di tingkat regional (Parent & Smith-Swan, 2013). Lebih lanjut, pengaturan ini memperkuat peran Nias Pro tidak hanya sebagai ajang kompetisi global, tetapi juga sebagai platform pengembangan kapasitas atlet Asia-Pasifik melalui akses yang lebih besar terhadap perolehan poin peringkat. Di sisi lain, keterlibatan atlet dari luar kawasan tetap memberikan kontribusi terhadap peningkatan kualitas kompetisi, pertukaran pengalaman, serta perluasan daya tarik event di tingkat internasional. Dengan demikian, keseluruhan pendekatan ini mencerminkan upaya penyeimbangan antara kepentingan penguatan olahraga regional dan tuntutan standar kompetisi global, sekaligus mempertegas posisi Nias Pro dalam ekosistem *sport tourism* berbasis event.

Table 1. Jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung Kabupaten Nias Selatan Tahun 2016-2024

No	Tahun	Jumlah Wisatawan
1	2016	3.143
2	2017	3.244
3	2018	5.173

4	2019	7.298
5	2020	133
6	2021	0
7	2022	3.450
8	2023	4.526
9	2024	5.606
JUMLAH		32.573

Sumber: Dinas Pariwisata Nias Selatan. 2025

Keberhasilan penyelenggaraan event *sport tourism surfing* melalui Nias Pro juga memberikan implikasi terhadap peningkatan arus kunjungan wisatawan, khususnya wisatawan mancanegara, yang menjadi salah satu sasaran utama dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*). Dalam hal ini, event tidak hanya berfungsi sebagai ajang kompetisi olahraga, tetapi juga sebagai elemen daya tarik (*tourism attraction*) yang mampu mendorong mobilitas wisatawan menuju destinasi. Indikasi tersebut dapat diamati melalui kecenderungan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan asing setelah pelaksanaan event, yang menunjukkan adanya hubungan antara penyelenggaraan event internasional dengan pertumbuhan sektor pariwisata di daerah.

Dilihat dari tabel 1, Perkembangan jumlah wisatawan di Kabupaten Nias Selatan pada periode 2016–2024 menunjukkan dinamika yang jelas jika dilihat dari jumlah absolut dan persentase perubahannya. Jumlah wisatawan meningkat dari 3.143 orang pada 2016 menjadi 3.244 orang pada 2017 atau naik 3,21%, kemudian melonjak menjadi 5.173 orang pada 2018 dengan peningkatan 59,46%, dan kembali meningkat menjadi 7.298 orang pada 2019 atau bertambah 41,07%, yang merupakan puncak kunjungan sebelum pandemi. Pada 2020, jumlah wisatawan turun drastis menjadi 133 orang, atau mengalami penurunan sebesar 98,18%, dan pada 2021 tercatat 0 wisatawan atau turun 100% akibat pandemi COVID-19. Memasuki fase pemulihan, pada 2022 jumlah wisatawan kembali meningkat menjadi 3.450 orang, kemudian naik menjadi 4.526 orang pada 2023 atau bertambah 31,19%, dan kembali meningkat menjadi 5.606 orang pada 2024 dengan pertumbuhan 23,86%. Secara keseluruhan, total kunjungan wisatawan ke

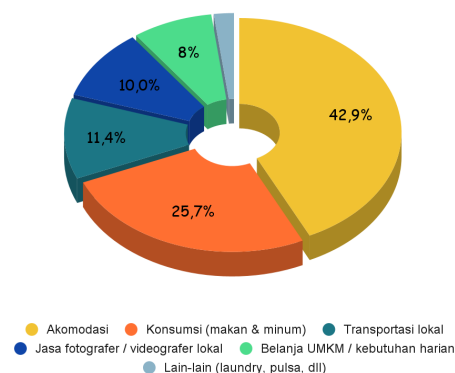
Kabupaten Nias Selatan selama periode tersebut mencapai 32.573 orang.

Pembahasan

Direct Impact Sport Tourism Surfing Nias Pro 2025

Pengeluaran wisatawan merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan selama perjalanan hingga berada di destinasi wisata. Biaya tersebut mencakup pengeluaran sebelum tiba di lokasi, seperti biaya perjalanan, konsumsi, akomodasi selama transit, serta administrasi perjalanan termasuk *Visa on Arrival* (VOA). Selain itu, terdapat pengeluaran yang terjadi di destinasi tujuan, antara lain biaya transportasi lokal, penginapan, konsumsi harian, pembelian cinderamata, serta kebutuhan lainnya.

Belanja yang dilakukan wisatawan di kawasan tujuan memberikan kontribusi nyata terhadap perekonomian setempat. Kontribusi tersebut dikenal sebagai dampak ekonomi, yaitu manfaat ekonomi yang muncul akibat terselenggaranya kegiatan Nias Pro 2025, baik yang diterima oleh masyarakat maupun unit usaha di sekitar lokasi kegiatan. Dampak ekonomi secara umum diklasifikasikan menjadi tiga kategori, yakni dampak langsung (*direct impact*), dampak tidak langsung (*indirect impact*), dan dampak lanjutan (*induced impact*). Dalam kajian ini, pembahasan difokuskan pada dampak langsung yang dihasilkan oleh penyelenggaraan Nias Pro 2025. Fokus ini bertujuan untuk mengidentifikasi besaran aliran dana yang secara langsung diterima oleh masyarakat dan pelaku usaha lokal melalui aktivitas wisatawan selama berada di Kawasan Pantai Sorake dan wilayah sekitarnya. Dampak langsung tersebut diharapkan mencerminkan peran event olahraga selancar sebagai penggerak utama ekonomi lokal di kawasan destinasi.



Gambar 5, Proporsi Pengeluaran Official dan Atlet
Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan Gambar 5, Diagram pie memberikan gambaran yang komprehensif mengenai struktur dan proporsi persentase pengeluaran harian atlet dan official (wisatawan). Akomodasi menempati porsi terbesar yaitu 42,86% dari total pengeluaran, yang menunjukkan bahwa hampir setengah dari belanja harian dialokasikan untuk biaya tempat menginap. Kondisi ini mencerminkan pentingnya sektor akomodasi sebagai komponen utama dalam struktur pengeluaran wisatawan, sekaligus menunjukkan besarnya peran pelaku usaha penginapan dalam menerima manfaat ekonomi langsung dari aktivitas pariwisata.

Komponen pengeluaran terbesar kedua dalam struktur belanja wisatawan pada event Nias Pro adalah konsumsi (makan dan minum) dengan proporsi sebesar 25,71%, yang menunjukkan bahwa sebagian besar pengeluaran dialokasikan untuk pemenuhan kebutuhan dasar selama berada di destinasi, sekaligus mencerminkan peran penting sektor kuliner lokal seperti rumah makan, warung, dan penyedia jasa makanan dalam mendorong aktivitas ekonomi masyarakat. Pengeluaran untuk transportasi lokal mencapai 11,43%, yang menggambarkan kebutuhan mobilitas wisatawan dalam mengakses lokasi kegiatan serta melakukan aktivitas di sekitar kawasan. Selain itu, jasa dokumentasi oleh fotografer dan videografer lokal menyumbang sekitar 10%, menunjukkan adanya permintaan terhadap layanan kreatif sekaligus membuka peluang ekonomi bagi tenaga lokal. Belanja pada sektor UMKM dan kebutuhan harian sebesar 8% mengindikasikan terjadinya interaksi ekonomi langsung antara wisatawan dan pelaku usaha kecil, yang berkontribusi pada perputaran ekonomi mikro di destinasi. Sementara itu, kategori pengeluaran lainnya seperti laundry, pulsa, dan kebutuhan tambahan hanya sekitar 2%, namun tetap menjadi bagian dari pola konsumsi wisatawan. Secara keseluruhan, distribusi pengeluaran ini

memperlihatkan bahwa dampak ekonomi langsung dari aktivitas wisata pada event Nias Pro tidak hanya terpusat pada sektor utama, tetapi juga menyebar ke berbagai sektor pendukung, sehingga memperkuat ekonomi lokal secara lebih luas. Hal ini sejalan dengan kajian yang menegaskan bahwa *tourist expenditure pattern* dipengaruhi oleh karakteristik perjalanan dan preferensi wisatawan serta menentukan distribusi konsumsi antar sektor dalam destinasi (Pai, 2024).

Tabel 2. Dampak Ekonomi Langsung

Komponen	Nilai
Atlet	
Jumlah Orang	166
Pendamping	1
Lama Tinggal (hari)	11
Rata-rata Pengeluaran per Hari	Rp.1.750.000
Dampak Ekonomi	Rp.6.391.000.000
Ofisial	
Jumlah Orang	39
Pendamping	0
Lama Tinggal (hari)	11
Rata-rata Pengeluaran per Hari	Rp.750.000
Dampak Ekonomi	Rp.321.750.000
Total Dampak Ekonomi	Rp6.712.750.000

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Berdasarkan Tabel 2, dampak ekonomi langsung yang dihasilkan dari kehadiran atlet dan ofisial pada penyelenggaraan Nias Pro 2025 menunjukkan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian lokal. Kelompok atlet berjumlah 166 orang, masing-masing didampingi oleh satu orang pendamping, dengan rata-rata lama tinggal selama 11 hari. Selama periode tersebut, rata-rata pengeluaran harian per orang mencapai Rp.1.750.000. Akumulasi belanja dari kelompok ini menghasilkan dampak ekonomi langsung sebesar Rp. 6.391.000.000,- (enam miliar tiga ratus sembilan puluh satu juta rupiah). Sementara itu, jumlah ofisial yang terlibat dalam kegiatan ini tercatat sebanyak 39 orang tanpa pendamping, dengan durasi kunjungan rata-rata selama 11 hari. Rata-rata pengeluaran harian kelompok ofisial sebesar Rp.750.000, sehingga total dampak ekonomi langsung yang dihasilkan mencapai Rp.321.750.000,-(tiga ratus dua puluh satu juta tujuh ratus lima puluh ribu rupiah). Secara keseluruhan, total dampak ekonomi langsung dari kehadiran atlet dan ofisial selama pelaksanaan

Nias Pro 2025 diperkirakan mencapai Rp.6.712.750.000,- (enam miliar tujuh ratus dua belas juta tujuh ratus lima puluh ribu rupiah). Nilai tersebut menunjukkan besarnya aliran belanja yang secara langsung diterima oleh pelaku usaha dan masyarakat di Kawasan Pantai Sorake dan wilayah sekitarnya, khususnya pada sektor akomodasi, konsumsi, transportasi lokal, serta jasa pendukung.

Lebih lanjut, temuan ini memperkuat konsep bahwa *sport tourism*, khususnya melalui penyelenggaraan event olahraga skala kecil dan menengah, memiliki kapasitas signifikan dalam menghasilkan manfaat ekonomi bagi destinasi. Hal ini sejalan dengan studi yang menunjukkan bahwa partisipasi dalam event olahraga berpengaruh terhadap tingkat dan struktur pengeluaran wisatawan selama kegiatan berlangsung (Rossini et al., 2025). Dalam konteks yang lebih spesifik, penelitian Yuhista (2020) juga menunjukkan bahwa wisatawan surfing memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan terhadap masyarakat lokal melalui berbagai aktivitas konsumsi jasa. Hal ini mengindikasikan bahwa karakteristik wisatawan surfing memiliki intensitas keterlibatan ekonomi yang relatif tinggi, yang dalam literatur sering diasosiasikan dengan kecenderungan lama tinggal (*length of stay*) yang lebih panjang dibandingkan wisatawan umum.

Selanjutnya tidak hanya masyarakat dan unit usaha yang mendapatkan proporsi tersebut, ada proporsi dari peserta, athlete, keluarga dan Official di luar lokasi yaitu maskapai penerbangan dalam negeri (*Travel Cost*) dan Imigrasi (VOA) yang juga mendapat proporsi dari kegiatan Nias Pro Nias Selatan .

Berdasarkan Tabel 3, Total pengeluaran atlet dan ofisial di luar lokasi kegiatan, khususnya untuk biaya transportasi udara (*travel cost*), diperkirakan mencapai Rp.3.708.789.100,- (tiga miliar tujuh ratus delapan juta tujuh ratus delapan puluh sembilan ribu seratus rupiah). Pengeluaran tersebut merupakan akumulasi biaya perjalanan yang dikeluarkan oleh 166 atlet dengan satu pendamping per atlet, serta 39 ofisial. Perhitungan biaya perjalanan udara dilakukan dengan rute Bandara Kualanamu – Gunungsitoli – Kualanamu – Jakarta – Bali, yang merepresentasikan pola mobilitas utama atlet dan

ofisial dalam rangka mengikuti rangkaian event Nias Pro 2025.

Table 3 *Travel Cost*

Komponen	Nilai
Atlet	
Jumlah Orang	166
Tamu per Orang	1
Pengeluaran per Orang	Rp10.312.100
Subtotal	Rp.3.423.617.200
Ofisial	
Jumlah Orang	39
Tamu per Orang	0
Pengeluaran per Orang	Rp7.312.100
Subtotal	Rp.285.171.900
Total Biaya Perjalanan	Rp. 3.708.789.100

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Seluruh penerbangan pada rute Kualanamu – Gunung Sitoli (PP) 100% menggunakan maskapai Wings Air, sebagai satu-satunya maskapai yang melayani rute langsung menuju Pulau Nias. Selanjutnya, untuk penerbangan lanjutan Kualanamu – Bali, digunakan dua kelompok maskapai, yaitu 60% menggunakan Garuda Indonesia dan 40% menggunakan maskapai dalam Lion Group. Pembagian ini mencerminkan preferensi penumpang antara layanan penuh (*full service carrier*) dan maskapai berbiaya lebih rendah (*low cost carrier*).

Meskipun tarif dasar maskapai Lion Group relatif lebih murah, penggunaannya tetap dikenakan biaya tambahan pengangkutan papan selancar (*surfboard*) sebesar Rp.200.000 per papan per destinasi. Dengan rute yang mencakup dua destinasi penerbangan, total biaya tambahan yang harus dikeluarkan mencapai Rp. 400.000 per papan selancar, sehingga turut meningkatkan total pengeluaran perjalanan bagi atlet. Sebaliknya, pada penerbangan menggunakan Garuda Indonesia, fasilitas *sport baggage* untuk papan selancar masih diberikan tanpa biaya tambahan, sehingga tidak menambah beban biaya di luar tiket pesawat.

Besarnya pengeluaran untuk transportasi udara ini menunjukkan bahwa penyelenggaraan event surfing Nias Pro 2025 memberikan dampak ekonomi langsung yang signifikan pada sektor transportasi udara, khususnya bagi maskapai

penerbangan yang melayani rute menuju dan dari lokasi kegiatan. Peningkatan jumlah penumpang selama periode event berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan maskapai, baik dari penjualan tiket maupun dari biaya tambahan pengangkutan peralatan olahraga. Meskipun manfaat ekonomi tersebut tidak secara langsung dinikmati oleh pelaku usaha lokal di sekitar lokasi event, sektor transportasi udara tetap menjadi bagian penting dalam rantai ekonomi penyelenggaraan event olahraga, karena berperan strategis dalam mendukung mobilitas atlet dan ofisial serta memperkuat konektivitas destinasi Nias dengan wilayah lain, baik dalam skala nasional maupun internasional. Peningkatan konektivitas penerbangan tidak hanya mempermudah aksesibilitas destinasi, tetapi juga secara langsung meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan yang berdampak pada peningkatan pengeluaran di destinasi. Hal ini menegaskan bahwa sektor penerbangan memiliki kontribusi penting dalam menciptakan dampak ekonomi langsung (*direct economic impact*) dalam pariwisata (Nguyen et al., 2024).

Selanjutnya, Sebagian dari pengeluaran tersebut juga mengalir ke sektor pendukung di luar daerah. Selain mencakup layanan transportasi, akomodasi transit, dan administrasi perjalanan, pengeluaran ini juga berkontribusi sebagai penerimaan bagi sektor tertentu, termasuk biaya keimigrasian seperti *Visa on Arrival* (VOA) bagi peserta internasional. Kebijakan VOA yang diterapkan oleh Direktorat Jenderal Imigrasi memberikan kemudahan akses masuk bagi wisatawan mancanegara, namun tetap menjadi bagian dari struktur biaya perjalanan yang dikeluarkan sebelum mencapai destinasi utama.

Table 4. *Visa on Arrival* (VOA)

Komponen	Nilai
Atlet	
Jumlah Orang	144
Pendamping	1
Biaya VOA per Orang	Rp.500.000
Total Biaya	Rp.144.000.000
Ofisial	
Jumlah Orang	18

Pendamping	0
Biaya VOA per Orang	Rp.500.000
Total Biaya	Rp 9.000.000
Total Keseluruhan	Rp.153.000.000

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Berdasarkan Tabel 4, estimasi biaya *Visa on Arrival* (VOA) merupakan pengeluaran perjalanan yang dikeluarkan oleh individu asing yang terlibat dalam penyelenggaraan event, yang terdiri atas atlet, pendamping atlet, dan ofisial. Jumlah atlet asing tercatat sebanyak 144 orang, dengan asumsi satu orang pendamping per atlet, sehingga total individu asing pada kategori atlet mencapai 288 orang. Dengan tarif VOA sebesar Rp.500.000 per orang, total pengeluaran dari kelompok atlet dan pendamping mencapai Rp.144.000.000. Selain itu, terdapat 18 orang ofisial asing tanpa pendamping yang menggunakan fasilitas VOA. Dengan tarif yang sama sebesar Rp500.000 per orang, total pengeluaran dari kelompok ofisial mencapai Rp.9.000.000. Secara keseluruhan, jumlah individu asing yang memanfaatkan layanan *Visa on Arrival* selama periode event berjumlah 306 orang, dengan total nilai pengeluaran sebesar Rp.153.000.000,- (seratus lima puluh tiga juta rupiah)

Pengeluaran tersebut dikategorikan sebagai dampak ekonomi langsung, sekaligus berkontribusi terhadap Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP) melalui sektor keimigrasian. Biaya visa yang dibayarkan oleh wisatawan internasional tidak hanya berfungsi sebagai instrumen pengendalian mobilitas lintas negara, tetapi juga menjadi sumber pendapatan negara dari sektor pariwisata. Hal ini sejalan dengan laporan *World Tourism Organization* (2019) yang menyatakan bahwa visa fee merupakan bagian dari penerimaan langsung pemerintah dari aktivitas wisata internasional. Selain itu, kebijakan visa juga memiliki keterkaitan dengan peningkatan kunjungan wisatawan dan pendapatan ekonomi secara keseluruhan (Czaika & de Haas, 2017).

Besaran investasi pemerintah melalui Kementerian Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia (Kemenpora) untuk penyelenggaraan Kejuaraan *Sport Tourism* Surfing Nias Pro 2025 tercatat ± sebesar Rp.3.279,985.232.- (tiga miliar

dua ratus tujuh puluh sembilan juta sembilan ratus delapan puluh lima ribu dua ratus tiga puluh dua) dan Pemerintah Daerah Kabupaten Nias Selatan tercatat $\pm$ sebesar Rp 997.400.000,- (sembilan ratus sembilan puluh tujuh juta empat ratus ribu rupiah), yang bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) dan APBD Tahun 2025. Investasi pemerintah tersebut berfungsi sebagai dukungan awal dalam pelaksanaan event dan mendorong terjadinya perputaran ekonomi selama kegiatan berlangsung. (Sumber: SPK Kemenpora dengan PB PSOI Tahun 2025 dan Pemda Nias Selatan dengan PB PSOI Tahun 2025).

Berdasarkan hasil analisis, penyelenggaraan *Sport Tourism* Nias Pro 2025 memberikan dampak ekonomi langsung (*direct economic impact*) terhadap masyarakat di sekitar Kawasan Wisata Nias Selatan sebesar Rp. 6.712.750.000,- (enam miliar tujuh ratus dua belas juta tujuh ratus lima puluh ribu rupiah). Dampak ekonomi langsung ini berasal dari perputaran belanja atlet, ofisial, pendamping, serta aktivitas pendukung lainnya selama event berlangsung. Dampak tersebut secara nyata menciptakan umpan balik (*feedback*) bagi perekonomian lokal dan memicu terjadinya *spin-off* ekonomi di kawasan Nias Selatan.

Selain dampak ekonomi di tingkat lokal, tercatat Rp3.708.789.100 (tiga miliar tujuh ratus delapan juta tujuh ratus delapan puluh sembilan ribu seratus rupiah) sebagai dampak langsung pada sektor transportasi udara (travel cost) yang berasal dari kebutuhan perjalanan atlet dan ofisial. Nilai ini berasal dari pengeluaran tiket pesawat dan biaya perjalanan antardaerah yang terkait langsung dengan penyelenggaraan event. Di sisi lain, kegiatan ini juga memberikan kontribusi terhadap Pendapatan Negara Bukan Pajak (PNBP) melalui layanan Visa on Arrival (VoA) dengan total penerimaan sebesar Rp.153.000.000,- (seratus lima puluh tiga juta rupiah), sehingga menunjukkan bahwa event olahraga internasional turut memberikan manfaat ekonomi tidak hanya bagi masyarakat lokal, tetapi juga bagi sektor transportasi dan penerimaan negara.

Dalam konteks kebijakan daerah, *Sport Tourism* Nias Pro merupakan program strategis Pemerintah Kabupaten Nias Selatan dalam

mempromosikan destinasi surfing unggulan di Pantai Sorake. Sejak tahun 2018 hingga 2024, Pemerintah Kabupaten Nias Selatan secara konsisten telah mengalokasikan investasi daerah untuk mendukung penyelenggaraan event surfing internasional sebagai bagian dari strategi pengembangan pariwisata berbasis olahraga. Pada tahun 2025, dukungan pendanaan tersebut dilanjutkan dan diperkuat melalui pembiayaan dari Kemenpora, yang menunjukkan adanya sinergi antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah dalam pengembangan sport tourism nasional. Dalam perspektif pembangunan pariwisata, keberhasilan event olahraga tidak hanya diukur dari aspek penyelenggaraan teknis, tetapi juga dari kemampuannya dalam menciptakan dampak lanjutan terhadap destinasi, khususnya melalui peningkatan kunjungan wisatawan pasca-event. Fenomena ini dikenal sebagai efek *leveraging*, yaitu kemampuan event untuk mendorong aktivitas pariwisata yang berkelanjutan (Getz & Page, 2016). Peningkatan jumlah wisatawan tersebut mengindikasikan pertumbuhan aktivitas wisata selancar di kawasan Pantai Sorake. Lebih lanjut, peningkatan aktivitas wisata ini berimplikasi langsung terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat lokal, terutama pada sektor akomodasi, konsumsi, transportasi, jasa, serta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Hal ini sejalan dengan temuan Mach dan Ponting (2021) yang menegaskan bahwa *surf tourism* merupakan segmen pasar bernilai tinggi (*high-value tourism segment*) yang mampu memberikan kontribusi ekonomi signifikan bagi destinasi, khususnya di wilayah pesisir dan pulau-pulau kecil.



Gambar 6. Dylan Wilcoxon Champion Nias Pro 2025

Sumber: Dokumentasi PSOI (2025)

Selain memberikan dampak ekonomi dan pariwisata, penyelenggaraan Nias Pro juga memiliki peran strategis dalam mendukung pembinaan serta pengembangan atlet surfing Indonesia. Event bertaraf internasional ini menjadi ruang kompetisi yang memungkinkan atlet nasional memperoleh pengalaman bertanding di level global, meningkatkan jam terbang, serta memperluas wawasan melalui interaksi langsung dengan atlet mancanegara. Penyelenggaraan yang dilakukan secara berkelanjutan berpotensi memperkuat sistem pembinaan atlet secara lebih terstruktur dan berjenjang, mulai dari tingkat nasional hingga internasional. Dalam jangka panjang, kondisi ini diharapkan mampu melahirkan atlet-atlet unggulan yang tidak hanya kompetitif di kejuaraan dunia, tetapi juga mampu berkontribusi pada ajang multi-event internasional seperti SEA Games, Asian Games, hingga Olimpiade. Hal tersebut sejalan dengan konsep *athlete development pathway* yang menekankan pentingnya keberadaan kompetisi berjenjang sebagai bagian integral dalam sistem pembinaan atlet modern (Sotiriadou et al., 2014; De Bosscher et al., 2015). Dengan demikian, Nias Pro tidak hanya berfungsi sebagai instrumen promosi sport tourism dan penggerak ekonomi daerah, tetapi juga sebagai bagian dari strategi pembangunan olahraga prestasi nasional yang memerlukan sinergi antara pemerintah, federasi olahraga, serta berbagai pemangku kepentingan terkait.

Media Value Nias Pro 2025 Press Release

Dalam rangka mendukung penyelenggaraan Kejuaraan Selancar Internasional Nias Pro 2025, strategi komunikasi dan publikasi dilaksanakan secara intensif melalui berbagai kanal media, baik nasional maupun internasional. Selama periode pelaksanaan kegiatan, telah dikirimkan dan dipublikasikan 9 siaran pers (*press release*) yang memuat informasi penting seputar jalannya kompetisi, profil atlet, keunikan destinasi Sorake, serta dampak pariwisata dan ekonomi lokal. Hasil dari upaya publikasi tersebut sangat signifikan,

dengan total 304 artikel dan penyebutan (*media mentions*) yang berhasil dipublikasikan oleh berbagai media massa global, baik cetak, daring, maupun elektronik. Cakupan pemberitaan ini menjangkau audiens yang sangat luas, dengan estimasi 521.046.646 orang terpapar informasi mengenai Nias Pro 2025 secara global.

Table 5. Publikasi Press Releases Nias Pro 2025

Indikator	Capaian
Platform publikasi	Website resmi World Surf League (WSL)
Jumlah press releases	9 siaran pers
Total artikel & mention media	304 artikel
Total jangkauan global	521.046.646 orang
Advertising Value Equivalent (USD)	USD 5.845.728
Advertising Value Equivalent (IDR)	Rp.95.314.595.040

Sumber: *Asian Surfing Cooperative* (ASC), diolah oleh peneliti (2025).

Berdasarkan Tabel 5, Dari sisi nilai promosi, paparan media tersebut memiliki estimasi nilai ekivalen iklan (*Advertising Value Equivalent/AVE*) sebesar USD 5.845.728 atau setara dengan Rp. 95.314.595.040,-(sembilan puluh lima miliar tiga ratus empat belas juta lima ratus sembilan puluh lima ribu empat puluh rupiah). Angka ini menunjukkan nilai besar dari eksposur yang diperoleh tanpa biaya iklan langsung, serta menggambarkan tingginya minat dan perhatian media terhadap Nias Pro sebagai salah satu event olahraga internasional unggulan Indonesia.

Akumulasi pemberitaan yang dihasilkan dari penyelenggaraan Nias Pro mampu menjangkau audiens internasional dalam skala luas, yang mencerminkan tingginya perhatian publik global terhadap event tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa eksposur media memiliki peran penting dalam memperkuat visibilitas dan citra event di tingkat internasional. Sejalan dengan pandangan Buhman et al (2019), pengukuran eksposur media dapat digunakan sebagai salah satu indikator untuk menilai efektivitas komunikasi global suatu event. Selain itu, media juga berfungsi sebagai instrumen strategis dalam memperluas jangkauan promosi serta menarik minat audiens lintas negara terhadap event olahraga. Apabila eksposur tersebut dianalisis menggunakan

pendekatan *Advertising Value Equivalent* (AVE), maka nilai yang dihasilkan dapat diinterpretasikan sebagai estimasi biaya promosi yang harus dikeluarkan jika eksposur serupa diperoleh melalui pembelian ruang iklan. Dengan demikian, AVE memberikan gambaran mengenai besarnya manfaat promosi yang diperoleh tanpa harus mengeluarkan biaya iklan secara langsung dalam jumlah yang setara (Kee & Hassan, 2006). Meskipun demikian, penggunaan indikator ini tetap memiliki keterbatasan karena belum sepenuhnya mampu menggambarkan dampak komunikasi secara menyeluruh, khususnya dalam aspek kualitas pesan dan keterlibatan audiens (AMEC, 2020).

Siaran Digital dan Konsumsi Tayangan Internasional

Selain publikasi melalui media tertulis, penyelenggaraan Nias Pro juga memperoleh eksposur yang luas melalui siaran langsung (*live streaming*) pada berbagai platform digital berskala internasional. Seluruh rangkaian pertandingan disiarkan secara real time melalui kanal resmi *Asian Surf Cooperative* (ASC) dan *World Surf League* (WSL) di YouTube, serta melalui situs resmi WSL yang dapat diakses oleh audiens global. Dalam konteks ini, WSL berfungsi sebagai *two-sided platform* yang mempertemukan *tourist surfers* dengan destinasi pariwisata selancar, sehingga menciptakan interaksi yang saling menguntungkan dalam satu ekosistem digital. Pendekatan ini dinilai efektif dalam strategi pemasaran digital modern karena mampu menghubungkan berbagai kelompok pengguna sekaligus menciptakan nilai melalui interaksi yang terjadi di dalamnya (Parker et al., 2016).

Pemanfaatan *platform* digital tersebut memungkinkan masyarakat dari berbagai negara untuk menyaksikan jalannya kompetisi tanpa batasan geografis. Selain itu, seluruh tayangan pertandingan juga terdokumentasi dalam playlist resmi sehingga dapat diakses kembali setelah event berakhir, yang pada akhirnya memperpanjang umur eksposur media secara berkelanjutan. Keberadaan siaran digital ini tidak hanya meningkatkan jangkauan audiens internasional, tetapi juga memperkuat citra Nias Pro sebagai event selancar bertaraf global serta

mendukung promosi destinasi wisata selancar di Pantai Sorake dan sekitarnya. Dengan demikian, publikasi digital berfungsi tidak hanya sebagai sarana penyebaran informasi dan hiburan, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam memperluas jangkauan promosi, membangun branding destinasi, serta memperkuat pengembangan sport tourism berbasis event selancar internasional.

Selama delapan hari penyiaran, total jumlah penayangan yang tercatat mencapai 697.778 views, yang menempatkan Nias Pro 2025 sebagai salah satu tayangan kompetisi selancar regional dengan tingkat penonton tertinggi di kawasan Asia-Pasifik pada tahun 2025. Puncak jumlah penayangan terjadi pada hari kedua dengan 131.292 views, diikuti hari keempat dengan 128.070 views. Hari-hari lainnya juga menunjukkan tingkat partisipasi audiens yang tinggi, antara lain 116.846 views pada hari pertama, 116.951 views pada hari ketiga, serta puluhan ribu penayangan pada hari-hari berikutnya, yang menunjukkan konsistensi minat penonton sepanjang periode kompetisi. Ditinjau dari distribusi geografis audiens, lima negara dengan kontribusi penonton terbesar adalah Jepang (27,5%), Australia (23,6%), Amerika Serikat (12,6%), Indonesia (9,5%), dan Brasil (5,4%). Pola ini menunjukkan bahwa meskipun Nias Pro 2025 merupakan event yang diselenggarakan di Indonesia dan berada dalam kalender regional Asia-Pasifik, daya tariknya bersifat lintas kawasan dan menjangkau pasar utama industri selancar dunia. Tabel Statistik, Distribusi Penonton, dan Nilai Promosi *Live Broadcast* Nias Pro 2025 bisa dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Statistik, Distribusi Penonton, dan Nilai Promosi *Live Broadcast* Nias Pro 2025

Komponen	Keterangan / Nilai
Platform Siaran	
Kanal Distribusi	YouTube ASC & WSL, Website resmi WSL
Statistik Penayangan Harian	
Day 1	116.846 views
Day 2	131.292 views
Day 3	116.951 views
Day 4	128.070 views
Day 5	73.702 views
Day 6	62.503 views
Day 7	33.230 views

Day 8	35.184 views
Total Views	697.778 views
Distribusi Penonton	
Jepang	27,50%
Australia	23,60%
Amerika Serikat	12,60%
Indonesia	9,50%
Brasil	5,40%
Nilai Promosi (AVE)	
AVE (USD)	USD 1.046.667
AVE (IDR)	Rp17.065.905.435
Sumber: <i>Asian Surfing Cooperative</i> (ASC), diolah oleh peneliti (2025).	

Dari sisi nilai promosi, penyiaran digital Nias Pro 2025 menghasilkan Advertising Value Equivalent (AVE) sebesar USD 1.046.667, atau setara dengan Rp17.065.905.435,- (tujuh belas miliar enam puluh lima juta sembilan ratus lima ribu empat ratus tiga puluh lima rupiah). Nilai ini memberikan kontribusi signifikan dari siaran langsung dalam mempromosikan destinasi Nias Sealatan kepada *global market*. Temuan ini sejalan dengan studi Buhmann (2019) yang menegaskan bahwa eksposur media, termasuk melalui *platform digital*, merupakan indikator penting dalam menilai efektivitas komunikasi global dan nilai promosi suatu event. Namun demikian, pengukuran berbasis AVE tetap memiliki keterbatasan karena belum sepenuhnya mampu merepresentasikan dampak komunikasi secara komprehensif (AMEC, 2020).

Peran Media Sosial

Selama periode penyelenggaraan, aktivitas media sosial yang intensif memberikan kontribusi signifikan dalam memperkuat dampak promosi Nias Pro. Temuan tersebut tercermin pada Tabel 7 yang menyajikan data aktivitas media sosial dan nilai promosi Nias Pro 2025.

Tabel 7. Aktivitas Media Sosial dan Nilai Promosi Nias Pro 2025

Kategori / Indikator	Keterangan / Nilai
Jangkauan Media Sosial – Total akun terjangkau	> 15.400.000 akun
Akun Resmi – Platform	Instagram dan Facebook
Akun Resmi – Akun	@wsl.qs dan @asiansurfco
Akun Resmi – Total reach	12.946.315 akun
Akun Resmi – Distribusi platform	Instagram 95,8% ; Facebook 4,2%

Akun Resmi – Konten feed	94 postingan
Akun Resmi – Konten story	> 127 story
Peserta dan Penonton – Total reach	3.025.000 akun
Peserta dan Penonton – Jumlah pembuat konten	± 500 kompetitor dan penonton
Peserta dan Penonton – Rata-rata posting per hari	1 (feed dan story)
Peserta dan Penonton – Durasi aktivitas	11 hari
Peserta dan Penonton – Total konten terunggah	± 5.500 postingan
Peserta dan Penonton – Rata-rata jangkauan per posting	± 550 akun
Nilai Promosi – AVE (USD)	USD 14.655.291,85
Nilai Promosi – AVE (IDR)	Rp238.954.533.614
Sumber: <i>Asian Surfing Cooperative</i> (ASC), diolah oleh peneliti (2025).	

Berdasarkan Tabel 7, Akun resmi @wsl, @wsl.qs, dan @asiansurfco pada *platform* Instagram dan Facebook berfungsi sebagai kanal utama dalam penyebaran informasi dan promosi Nias Pro 2025 kepada audiens global, dengan total jangkauan lebih dari 12.946.315 akun, yang didominasi oleh Instagram sebesar 95,8% dan Facebook sebesar 4,2%. Selama periode penyelenggaraan, konten yang dipublikasikan melalui akun resmi mencapai 94 unggahan *feed* dan lebih dari 127 konten story yang mencakup hasil pertandingan, kondisi ombak, aktivitas atlet, serta representasi lanskap dan budaya lokal Nias. Di luar akun resmi, eksposur digital turut diperluas melalui partisipasi sekitar 500 peselancar dan penonton yang secara aktif membagikan konten melalui akun pribadi, dengan rata-rata satu unggahan per hari selama 11 hari, sehingga menghasilkan sekitar 5.500 unggahan. Dengan estimasi jangkauan rata-rata 550 akun per unggahan, konten organik tersebut memberikan tambahan jangkauan lebih dari 3.025.000 akun. Temuan ini menunjukkan peran partisipasi pengguna dalam memperluas distribusi informasi melalui media sosial, sebagaimana dijelaskan oleh Kaplan dan Haenlein (2010) mengenai karakter partisipatif media sosial, serta oleh Ashley dan Tuten (2015) yang menempatkan konten buatan pengguna sebagai elemen dalam perluasan jangkauan komunikasi suatu event.

Secara kumulatif, gabungan jangkauan dari akun resmi penyelenggara dan konten organik komunitas mencapai lebih dari 15,4 juta akun, yang menunjukkan bahwa Nias Pro 2025 tidak

hanya berfungsi sebagai ajang kompetisi selancar, tetapi juga sebagai media promosi digital dalam memperluas visibilitas destinasi kepada audiens global serta mendukung pengenalan Kabupaten Nias Selatan dalam konteks sport tourism. Dari sisi eksposur media, aktivitas promosi digital selama penyelenggaraan menghasilkan *Advertising Value Equivalent* (AVE) sebesar USD 14.655.291,85 atau setara dengan Rp.238.954.533.614 (dua ratus tiga puluh delapan miliar sembilan ratus lima puluh empat juta lima ratus tiga puluh tiga ribu enam ratus empat belas rupiah), yang merepresentasikan nilai ekonomi dari distribusi konten digital baik melalui akun resmi maupun partisipasi pengguna, serta menunjukkan keterkaitan antara promosi berbasis media sosial dengan potensi kontribusi terhadap sektor pariwisata, sejalan dengan Hudson dan Thal (2013) yang menyatakan bahwa media sosial berperan signifikan dalam membentuk persepsi destinasi dan mempengaruhi keputusan wisatawan melalui penyebaran informasi digital.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis, penyelenggaraan Nias Pro 2025 menghasilkan *direct economic impact* yang signifikan dengan total nilai sebesar Rp.6.712.750.000,- yang berasal dari pengeluaran atlet dan ofisial selama berada di destinasi. Pengeluaran tersebut terdistribusi ke dalam beberapa sektor utama, yaitu akomodasi, konsumsi, transportasi lokal, serta jasa pendukung lainnya, yang secara langsung berkontribusi terhadap perputaran ekonomi masyarakat setempat. Selain itu, terdapat dampak ekonomi tidak langsung di luar wilayah destinasi, khususnya pada sektor transportasi udara serta kontribusi tambahan dari komponen administratif seperti *Visa on Arrival* yang mencapai Rp. 3.861.789.100,-. Hal ini menunjukkan bahwa event Nias Pro 2025 tidak hanya memberikan manfaat ekonomi lokal, tetapi juga menciptakan efek keterkaitan ekonomi yang lebih luas (*spillover effect*) pada sektor terkait.

Dari sisi *media value*, publikasi melalui press release, live broadcast dan media sosial menunjukkan akumulasi eksposur yang jika dikonversikan ke dalam nilai ekuivalen biaya

promosi (*Advertising Value Equivalent/AVE*) mencapai Rp.351.335.034.089 (tiga ratus lima puluh satu miliar tiga ratus tiga puluh lima juta tiga puluh empat ribu delapan puluh sembilan rupiah). Nilai tersebut merepresentasikan potensi ekonomi dari keseluruhan aktivitas publikasi dalam memperluas jangkauan informasi dan membangun citra destinasi. Besarnya nilai AVE ini menunjukkan bahwa Nias Pro 2025 berfungsi sebagai instrumen *event-based tourism marketing* yang berkaitan dengan peningkatan visibilitas Pantai Sorake dan Kabupaten Nias Selatan sebagai destinasi selancar di tingkat global.

Saran

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan analisis yang lebih komprehensif dengan tidak hanya berfokus pada *direct economic impact*, tetapi juga mencakup *indirect* dan *induced impact* guna memperoleh gambaran yang lebih utuh mengenai kontribusi ekonomi suatu event terhadap perekonomian daerah. Selain itu, pendekatan metodologis dapat diperluas dengan menggunakan model analisis seperti *input-output analysis* atau *computable general equilibrium (CGE)* untuk mengukur *multiplier effect* secara lebih akurat. Penelitian lanjutan juga dapat mengkaji efektivitas *media value* dalam jangka panjang, khususnya dalam mengukur konversi eksposur digital menjadi kunjungan wisata aktual serta dampaknya terhadap peningkatan pendapatan daerah. Di samping itu, penting untuk mempertimbangkan aspek keberlanjutan (*sustainability*), baik dari sisi lingkungan, sosial, maupun ekonomi, agar penyelenggaraan event tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek tetapi juga mendukung pembangunan pariwisata yang berkelanjutan.

Referensi

- Asian Surf Cooperative. (2025). *Nias Pro event report*. <https://asiansurf.co/>
- Ashley, C., & Tuten, T. (2015). Creative Strategies In Social Media Marketing: An Exploratory Study Of Branded Social Content And Consumer Engagement. *Psychology & Marketing*, 32(1), 15–27. <https://doi.org/10.1002/mar.20761>
- Association for Measurement and Evaluation of Communication (AMEC). (2020). *Barcelona principles 3.0: Principles for measurement and*

- evaluation of communication.*
<https://amecorg.com>
- Buckley, R. C. (2002). Surf Tourism And Sustainable Development In Indo-Pacific Islands I: The Industry And The Islands. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(5), 405424. <https://doi.org/10.1080/09669580208667174>
- Buhmann, A. (2019). Measuring corporate communication. In R. L. Heath & W. Johansen (Eds.), *The international encyclopedia of strategic communication*. Wiley-Blackwell.
- Buhmann, A., Macnamara, J., & Zerfass, A. (2019). Reviewing the ‘march to standards’ in public relations: A comparative analysis of four seminal measurement and evaluation initiatives. *Public Relations Review*, 45(4), 101825. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2019.101825>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Czaika, M., & De Haas, H. (2017). The Effect Of Visas On Migration Processes. *International Migration Review*, 51(4), 893.926. <https://doi.org/10.1111/Imre.12261>
- De Bosscher, V., Shibli, S., Westerbeek, H., & Van Bottenburg, M. (2015). *Successful Elite Sport Policies: An International Comparison Of The SPLISS 2.0 Framework*. Meyer & Meyer Sport.
- Dwyer, L., Forsyth, P., & Spurr, R. (2005). Estimating The Impacts Of Special Events On An Economy. *Journal Of Travel Research*, 43(4), 351–359. <https://doi.org/10.1177/0047287505274648>
- Getz, D., & Page, S. J. (2016). Progress And Prospects For Event Tourism Research. *Tourism Management*, 52, 593–631. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.03.007>
- Higham, J., & Hinch, T. (2018). *Sport Tourism Development* (3rd Ed.). Channel View Publications.
- Hudson, S., & Thal, K. (2013). The impact of social media on the consumer decision process: Implications for tourism marketing. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(1–2), 156–160. <https://doi.org/10.1080/10548408.2013.751276>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kee, C. P., & Hassan, M. A. (2006). The advertising value equivalent (AVE) method in quantifying economic values of public relations activities. *Kajian Malaysia*, 24(1–2), 85–102.
- Lazarow, N. (2007). The value of coastal resources: A case study approach to estimating recreational surfing benefits. *Coastal Management*, 35(1), 91–106. <https://doi.org/10.1080/08920750600970564>
- Mach, L., & Ponting, J. (2021). Establishing a pre-COVID-19 baseline for surf tourism: Trip expenditure, attitudes, behaviors and willingness to pay for sustainability. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 2(1), 100011. <https://doi.org/10.1016/j.annale.2020.100011>
- Nguyen, C.-V. (2024). Air transport resilience, tourism and its impact on economic growth. *Economies*, 12(9), 236. <https://doi.org/10.3390/economies12090236>
- O’Brien, D., & Ponting, J. (2013). Sustainable surf tourism: A community-centered approach in Papua New Guinea. *Journal of Sport Management*, 27(2), 158–172. <https://doi.org/10.1123/jism.27.2.158>
- Pai, W.-T., Phan, K.-T., Pham, C.-V., Lee, J.-M., & Hsieh, C.-J. (2024). Analyzing tourist expenditures incurred on long-, medium-, and short-haul trips to Taiwan. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 5(2), 100138. <https://doi.org/10.1016/j.annale.2024.100138>
- Parent, M. M., & Smith-Swan, S. (2013). *Managing major sports events: Theory and practice*. Routledge.
- Parker, G. G., Van Alstyne, M. W., & Choudary, S. P. (2016). *Platform revolution: How networked markets are transforming the economy*. W. W. Norton & Company.
- Rossini, L., et al. (2025). Athletes’ and spectators’ expenditures during a medium-sized sport event: The case study of the Italian National University Sport Championship. *Frontiers in Sports and Active Living*, 7, 1528503. <https://doi.org/10.3389/fspor.2025.1528503>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). John Wiley & Sons.
- Sotiriadou, P., Shilbury, D., & Quick, S. (2014). Athlete development pathways and sport policy. *Sport Management Review*, 17(1), 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2013.03.001>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Taks, M., Chalip, L., Green, B. C., Kesenne, S., & Martyn, S. (2011). Factors affecting repeat visitation and flow-on tourism as sources of event strategy sustainability. *Journal of Sport &*

- Tourism*, 16(2), 121-144. <https://doi.org/10.1080/14775085.2011.568085>
- World Surf League. (n.d.). *Event directory competition (current)*. Retrieved July 27, 2025, from <https://www.worldsurfleague.com/>
- World Surf League. (2025a). *Nias Pro 2025 playlist* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/@wsl/search?query=nias%20pro%202025>
- World Surf League. (2025b). *Nias Pro 2025 press release*. <https://www.worldsurfleague.com/events/2025/qs/402/nias-pro/main>
- World Surf League. (2025c). *WSL rule book 2025*. <https://www.worldsurfleague.com/pages/rules-and-regulations>
- World Tourism Organization. (2019). *International tourism highlights* (2019 ed.). <https://doi.org/10.18111/9789284421152>
- Yuhista, A. (2020). *Dampak ekonomi sport tourism surfing terhadap pendapatan masyarakat lokal di kawasan Pantai Tanjung Setia, Kabupaten Pesisir Barat* (Master's thesis). Udayana University.