



---

## PENGENALAN DAN PENDAMPINGAN DIGITAL MARKETING DESA WISATA “BUKIT ROSO WULAN” DENGAN MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Oleh

Esa Rengganis<sup>1</sup>, Uyunul Maudzoh<sup>2</sup>, Gunawan<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Teknik Industri, Institut Teknologi Dirgantara Adisutjipto

E-mail: [1esarengganis@itda.ac.id](mailto:1esarengganis@itda.ac.id)

---

### Article History:

Received: 01-06-2024

Revised: 26-06-2024

Accepted: 02-07-2024

### Keywords:

Desa Wisata, Promosi,  
Konten Pemasaran,  
Instagram

**Abstract:** Bukit Roso Wulan adalah salah satu wana wisatadi Desa Turunan, Girisuko, Panggang, Gunungkidul yang dikelola oleh Kelompok Tani Hutan Wana Lestari 2. . KTH tersebut mengawali ide membangun dan mengembangkan desa wisata Bukit Roso Wulan bekerja sama dengan Dinas Kehutanan Gunungkidul. Kerjasama pengelolaan dan pengembangan lahan seluas ± 24 ha. Permasalahan yang dihadapi oleh pengelola Bukit Roso Wulan adalah belum dikenalnya Bukit Roso Wulan oleh Masyarakat, sehingga sepi pengunjung dan perkembangannya pun lambat jika dibandingkan dengan wana wisata lainnya yang ada di Provinsi DI Yogyakarta. Dengan melihat kondisi tersebut maka diperlukan pendampingan untuk mengenalkan Bukit Roso Wulan kepada Masyarakat. Hasil pendampingan dari Program Studi Teknik Industri ITD Adisutjipto adalah adanya media Instagram yang berisi foto dan video yang memuat spot-spot pemandangan indah di Bukit Roso Wulan. Diharapkan dengan adanya media Instagram ini Masyarakat akan berkunjung ke Bukit Roso Wulan

---

## PENDAHULUAN

Keberadaan desa wisata saat ini memiliki daya pikat yang baik. Bukan saja karena Indonesia terdiri dari beragam tradisi dan kebudayaan, namun kekayaan alam yang terbentang antara desa satu dengan desa yang lain memiliki keunikan dan kekhasan tersendiri. Peluang yang dapat dikembangkan desa wisata di Indonesia melalui beberapa kekayaan yang dimiliki. Antara lain berupa wisata petualangan, wisata agro, wisata bahari, wisata kuliner, wisata budaya dan sejarah, dan wisata kreatif. Hal tersebut perlu disertai dengan pembinaan masyarakat yang diharapkan ekonomi desa juga ikut maju. Namun, memutuskan konsep desa wisata dapat dimulai dari tingkat RT hingga kepala desa dengan tetap menerima masukan dan pandangan camat serta walikota/bupati setempat.

Kabupaten Gunungkidul sebagai salah satu Kabupaten yang ada di wilayah D.I. Yogyakarta juga memiliki potensi ragam rekreasi dan hiburan yang lengkap seperti, pantai, goa, kerajinan, desa wisata, air terjun, kuliner, dan lain sebagainya. Pengelolaan sektor wisata di Gunungkidul menjadi perhatian yang sangat besar. Hal ini ditunjukkan dengan visi Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kabupaten Gunungkidul Tahun 2016-2021 yaitu “Mewujudkan Gunungkidul sebagai daerah tujuan wisata yang terkemuka dan



berbudaya menuju masyarakat yang berdaya saing, maju, mandiri, dan sejahtera tahun 2021”.

Gunungkidul selalu menampilkan destinasi wisata yang tak kalah menarik dan tak mau kalah dengan destinasi wisata yang sudah populer di Gunungkidul sendiri. Kreatifitas warga sejak pertengahan 2019 di Dusun Turunan, Desa Girisuko, Kec Panggang melalui salah satu kelompok tani Hutan Wana Lestari 2 yang diketuai Sugiyarta mulai merintis sendiri wisata spot selfi yang tak kalah indahnya dengan obyek wisata lain yang sudah terkenal di Gunungkidul. Mereka memberi nama obyek wisatanya dengan sebutan BUKIT ROSO WULAN, disini tersedia spot yang menarik dan terdapat lokasi Off road dan masih melestarikan tradisi budaya Jemparingan dan pemandangan yang memanjakan mata. Kelompok tani di desa tersebut bersama Dinas Lingkungan hidup dan kehutanan serta Suhardiyanto selaku Mantri RPH Mbibal dan para tokoh masyarakat saat ini terus berusaha untuk meningkatkan potensi wisata yang ada saat ini di Dusun Turunan.



**Gambar 1. Bukit Roso Wulan**

Desa Turunan, Girisuko, Panggang, Gunungkidul dikepalai oleh Dukuh Bapak Sugiyanto yang memiliki 7 RT dan 169 KK, secara swadaya membentuk Kelompok Tani Hutan Wana Lestari 2. KTH tersebut mengawali ide membangun dan mengembangkan desa wisata Bukit Roso Wulan bekerja sama dengan Dinas Kehutanan Gunungkidul. Kerjasama pengelolaan dan pengembangan lahan seluas ± 24 ha, membutuhkan pemikiran dan ide-ide dari berbagai pihak. Desa wisata saat ini dalam tahap penyelesaian pembangunan sarana dan prasarana, menjelang dibuka secara resmi operasionalnya yaitu pada tanggal 9 Desember 2020.

Namun sayangnya hingga saat ini Bukit Roso Wulan belum bisa dikatakan berkembang. Belum banyak masyarakat yang mengetahui adanya tujuan wisata baru yang bisa dibunakan untuk berbagai macam kegiatan seperti *Off road*, *Camping*, *Aeromodelling* ataupun sekedar untuk bersantai dengan keluarga. Sehingga diperlukan adanya sarana untuk mengenalkan Bukit Roso Wulan kepada masyarakat di luar Desa Turunan, Girisuko, Panggang.

## METODE

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengenalkan Bukit Roso Wulan kepada Masyarakat adalah menggunakan media Instagram. Saat ini terdapat sekitar 1,2 milyar pengguna aktif bulanan di seluruh dunia, sementara di Indonesia sendiri telah mencapai sekitar 35,8 juta pengguna. Penetrasi pasar semacam itu tidak bisa diabaikan dan saat ini aplikasi tersebut banyak digunakan dalam kegiatan pemasaran produk dan jasa.



Tahapan-tahapan yang dilakukan dalam kegiatan Pengabdian pada Masyarakat ini adalah sebagai berikut :

1. Penyusunan rencana kegiatan

Kegiatan yang dilaksanakan pada tahap ini adalah sebagai berikut :

- a. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran riil mengenai obyek yang akan menjadi mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, yaitu potensi wisata Bukit Roso Wulan yang dikelola oleh Kelompok Tani Hutan Wana Lestari 2 yang berlokasi di Dusun Turunan, Desa Girisuko, Kec Panggang, Kabupaten Gunungkidul, Provinsi DI. Yogyakarta , Indonesia. Kegiatan observasi tersebut selain mengamati potensi obyek wisata juga menggali bagaimana kegiatan masyarakat dalam mendukung pengelolaan potensi wisata tersebut.
- b. Koordinasi bersama dengan pengurus Kelompok Tani Hutan Wana Lestari 2 untuk melakukan kegiatan pelatihan pembuatan konten pengenalan Bukit Roso Wulan melalui Instagram.
- c. Penyusunan proposal dan rencana kegiatan untuk mengenalkan Bukit Roso Wulan dengan menggunakan Instagram.

2. Pendampingan pembuatan konten pemasaran

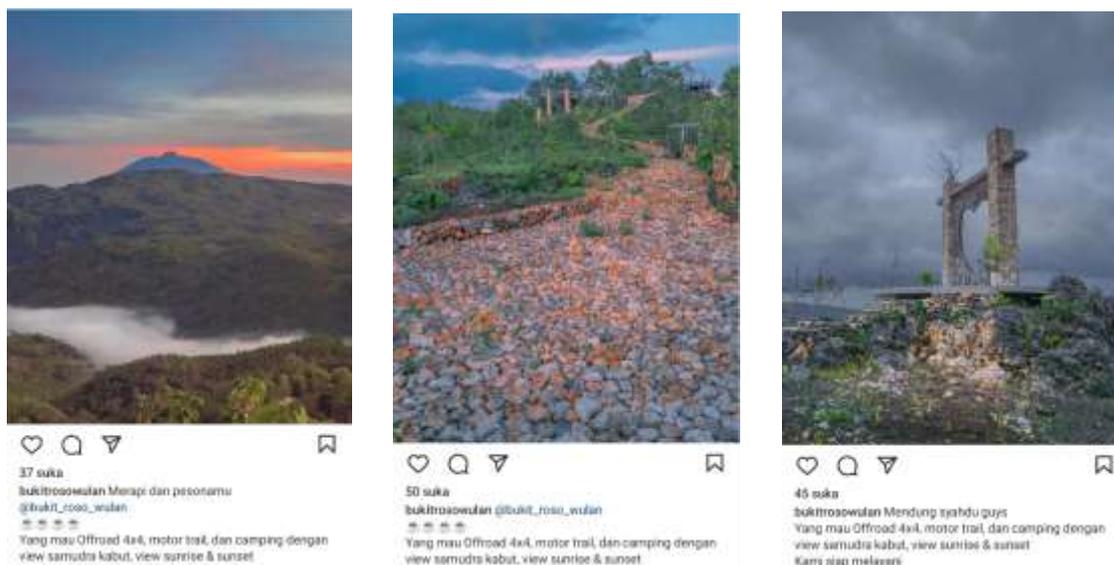
Kegiatan yang dilaksanakan pada tahap ini adalah sebagai berikut :

- a. Pelatihan untuk pembuatan konten berupa foto dan video sederhana menggunakan bantuan aplikasi Quik. Software bisa didownload dari *Playstore* Android. Aplikasi yang digunakan relatif mudah dan sederhana. Video yang dibuat dengan menggunakan aplikasi ini bisa berupa foto maupun berupa rekaman pengambilan gambar dengan durasi yang pendek.
- b. Pendampingan *editing* dan pengunggahan konten berupa foto dan video sederhana yang berisi pemandangan dan spot-spot Bukit Roso Wulan

## HASIL

Berdasarkan percobaan pembuatan video pendek akhirnya didapatkan beberapa video pendek yang dianggap memuaskan. Ada beberapa kendala yang dihadapi ketika membuat video pendek untuk konten promosi dengan menggunakan Quik, yaitu :

1. Quik tidak mendukung semua format file video atau foto sehingga perlu mengkonversi file ke format yang didukung oleh Quik sebelum mengimpornya.
2. **Waktu Pemrosesan yang Lama** terutama untuk video dengan durasi panjang atau resolusi tinggi.
3. *Bug* atau *Crash* yang mengganggu proses editing.
4. Jaringan telekomunikasi yang tidak stabil pada saat hendak mengunggah video promosi ke media sosial instagram. Video hasil uji coba dapat dilihat di media sosial IG Bukit Roso Wulan. Berikut beberapa hasil pembuatan konten instagram berupa foto di Bukit Roso Wulan.



**Gambar 2. Postingan Foto Spot Bukit Roso Wulan di Instagram**

## DISKUSI

Teknologi informasi telah mengalami perkembangan yang cukup pesat, dan dalam kurun waktu tersebut telah banyak bermunculan berbagai macam *platform* yang memungkinkan orang diseluruh dunia untuk saling terhubung yang lebih dikenal dengan istilah media sosial. Beberapa contoh media sosial yang banyak digunakan saat ini adalah YouTube, Facebook, Instagram, dan lain-lain. Peran berbagai aplikasi sosial media tersebut memang sangat menguntungkan dan memberikan peluang tersendiri apabila digunakan untuk pemasaran. *Social media marketing* telah terbukti cukup efektif dalam membantu strategi pemasaran sebuah bisnis bagi beberapa kalangan terutama yang bergerak dalam bidang wirausaha dalam mendukung promosi usahanya .

Di tengah riuhnya penggunaan *platform digital* sebagai medium komunikasi, hal yang paling harus diperhatikan dalam *platform* ini adalah formulasi konten atau pesan yang akan dikomunikasikan kepada audiens. Pesan atau konten merupakan unsur komunikasi yang sangat penting termasuk dalam komunikasi pemasaran. Konten ini kemudian lazim disebut *content marketing* .

*Content marketing* biasanya disusun sesuai kebutuhan target pasar secara spesifik dan diproduksi dengan teknik *storytelling* sehingga lebih mudah diterima oleh target pasar. Konsekuensinya, pesan harus dirancang sedemikian agar dapat menghasilkan efek yang diharapkan. Apalagi konten media digital semakin *overloaded* sehingga hanya konten yang benar-benar menarik perhatian, dan dikemas dengan baik, yang akan mendapat perhatian *audience*. Karenanya, *content marketing* yang dibangun pun harus memiliki sejumlah syarat, seperti berguna (*usability*) dan mudah diakses (*accessibility*). *Usability* artinya konten media digital memiliki desain yang sederhana, elegan, serta memiliki fungsi yang jelas. Tujuannya konten dapat mendorong audiens untuk melakukan apa yang diinginkan oleh pemilik konten secara efektif. Sedangkan *accessibility* adalah konten dapat diakses oleh setiap orang secara *equal*, artinya tidak ada batasan atas siapa saja yang dapat dapat mengakses konten, termasuk bagi audiens yang difabel.



Dengan adanya video tersebut diharapkan akan meningkatkan minat masyarakat untuk mengunjungi desa wisata Bukit Roso Wulan. Selain sebagai tempat wisata baru Bukit Roso Wulan, diharapkan kawasan desa wisata ini akan menyerap tenaga kerja yang berasal dari desa-desa disekitar Bukit Roso Wulan, mengenalkan produk-produk khas setempat dan meningkatkan taraf hidup masyarakat sekitar.

## KESIMPULAN

Dengan telah dijalankannya program kegiatan Pengabdian Masyarakat Pengenalan Digital Marketing Desa Wisata Bukit Roso Wulan dengan menggunakan media sosial instagram dapat disimpulkan bahwa :

1. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini disambut baik oleh pengelola desa wisata desa wisata Bukit Roso Wulan karena membantu pengelola untuk dapat mengenalkan desa wisata Bukit Roso Wulan kepada masyarakat diluar Desa Turunan, Girisuko, Panggang, Gunungkidul.
2. Bertambahnya *skill* pembuatan konten untuk mengenalkan Desa Wisata Bukit Roso Wulan.

## PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Terimakasih yang sebesar-besarnya disampaikan kepada Pengelola Desa Wisata Bukit Roso Wulan, Dinas Pariwisata Gunungkidul dan LPPM ITD Adisutjipto atas segala dukungan dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini.

## DAFTAR REFERENSI

- [1] Augustinah, F dan Widayati, , Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong di Kabupaten Sampang. *Jurnal Dialektika*, Vol.4 (2), 2019.
- [2] Churun A'in,dkk, Kolaborasi Desa Eko – Eduwisata Kandri dan Sirayu – Jatirejo Kecamatan Gunungpati dengan Sistem Connecting Door, *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol.01, No.03, 2021.
- [3] Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat, *Panduan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Edisi XII*, Edisi Revisi, Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi, Jakarta, 2019.
- [4] Neli dan Hari, 2019, Bukit Roso Wulan Destinasi Menarik Untuk Wisatawan, <https://www.wartahandayani.com/2019/03/bukit-roso-wulan-destinasi-menarik.html> (diakses pada 23 April 2024).
- [5] Osterwalder, A, *The Business Model Ontology A Proposition In A Design Science Approach*. Tesis. Universite De Lausanne, 2004.
- [6] Pandrianto, N., dan Sukendro, G.G, Analisis Strategi Pesan Content Marketing Untuk Mempertahankan Brand Engagement, *Jurnal Komunikasi*, Vol. 10 (2) , 2018.
- [7] Syah, F, Strategi Mengembangkan Desa Wisata, *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu (SENDI)*, Unisbank, 2017.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN