

Strategi Promosi Pesona Alam Desa Lemukih Berbasis Media Digitalisasi

Gede Nanda Afrivania¹, I Gede Putra Nugraha², Ni Made Ary Widiastini³

Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received 5 May 2022

Received in revised form

19 May 2022

Accepted 23 June 2022

Available online 4 August 2022

Kata kunci: Pesona Alam; Strategi Promosi; Digitalisasi.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di Desa Lemukih, Kecamatan Sawan, Kabupaten Buleleng. Dengan rumusan masalah tentang pesona alam yang terdapat di desa Lemukih, kendala dalam promosinya, serta strategi promosi pesona alam Desa Lemukih dengan media digitalisasi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yang akan menghasilkan data berupa penjelasan secara deskripsi. Metode pengambilan data yang digunakan adalah wawancara untuk mengetahui pesona alam Desa Lemukih, Kendala promosinya, serta Strategi promosi berbasis media digitalisasi, observasi guna mengetahui potensi pesona alam untuk mendukung data yang diperoleh dari narasumber, dan dokumentasi untuk mendukung data secara visual. Narasumber yang diambil adalah kepala desa Desa Lemukih dan juga ketua unsur pariwisata (Pokdarwis) Desa Lemukih juga didukung dengan observasi dan dokumentasi sehingga menghasilkan data yang aktual dan faktual. Hasil dari penelitian ini yang pertama yaitu dijabarkannya pesona alam yang ada di Desa Lemukih, kedua diketahui kendala dalam promosinya, dan ketiga strategi promosi pesona alam berbasis media digitalisasi.

ABSTRACT

This research was conducted in Lemukih Village, Sawan District, Buleleng Regency. With the formulation of the problem regarding the natural charm found in Lemukih Village, the obstacles in its promotion, and the strategy for promoting the natural charm of Lemukih Village with digitalization media. This study uses a qualitative descriptive research method which will produce data in the form of a descriptive explanation. The data collection method used was interviews to find out the natural charm of Lemukih Village, promotional constraints, as well as promotion strategies based on digitalization media, observations to determine the potential of natural charm to support data obtained from sources, and documentation to support data visually. The resource persons taken were the village head of Lemukih Village and also the head of the tourism element (Pokdarwis) of Lemukih Village. They were also supported by observation and documentation so as to produce actual and factual data. The results of this study are the first to describe the natural charms that exist in Lemukih Village, the second to know the obstacles in its promotion, and the third to promote the natural charm promotion strategy based on digitalization media.

Keywords: enchantment of nature; promotion strategy; digitalization.

Pendahuluan

Pariwisata merupakan sebuah destinasi yang bisa dikunjungi oleh wisatawan yang didasari oleh tiga elemen dasar yaitu sesuatu yang dapat dilihat (*something to see*), sesuatu yang dapat dilakukan (*something to do*), dan sesuatu yang bisa dibeli (*something to buy*). Indonesia memiliki destinasi alam dan non alam yang luar biasa terdapat pula pesona alam yang beraneka ragam, sehingga pariwisata adalah salah satu aset terbesar yang dimiliki oleh Negara Indonesia.

Bali merupakan salah satu Provinsi yang ada di Indonesia yang didalamnya terdapat pesona alam yang indah tidak salah jika pulau ini menjadi kunjungan favorit bagi wisatawan. Pesona alam merupakan segala potensi wisata yang terbentuk secara alamiah lalu diberdayakan oleh masyarakat setempat dengan kelompok sadar wisata sebagai pengelola melalui penataan sehingga tempat tersebut memiliki potensi daya tarik wisata yang disebut dengan wisata alam. Bali memiliki salah satu kabupaten yang memiliki

¹ Corresponding author.

E-mail: gedenandayuser@gmail.com

potensi pesona alam luar biasa yang dikembangkan oleh masyarakat setempat, salah satunya adalah Desa Lemukih. Desa tua yang terletak di Kecamatan Sawan, Kabupaten Buleleng ini memiliki pesona alam yang luar biasa dikarenakan tempatnya yang berada di pegunungan sehingga pesona alam adalah destinasi wisata utama yang terdapat di desa ini dengan kesejukan dan keasriannya.

Dengan pesona alam indah yang terdapat di Desa Lemukih penulis tertantang untuk menggali informasi lebih mendetail mengenai apa saja pesona alam yang terdapat di desa dengan melakukan penelitian mengenai strategi promosi pesona alam di Desa Lemukih dengan mengajak perangkat desa untuk membantu memberikan data dan informasi yang penulis butuhkan, dari sumber informasi dan data tersebut diharapkan penulis mampu menyelesaikan penelitian ini, penulis tertarik melakukan penelitian mengenai pesona alam Desa Lemukih karena memiliki pesona alam yang wajib dipromosikan namun kendala terbesar dalam pemasarannya terletak pada sistem promosinya yang masih relatif menggunakan cara sederhana seperti sebatas word of mouth diantara pengelola dan supir atau tamu yang berkunjung dan belum sepenuhnya menggunakan media digitalisasi seperti membuat media sosial khusus untuk pesona alam Desa Lemukih seperti Instagram, Facebook, serta media sosial lainnya. Kemudian masih minim aktivitas wisata yang disebarluaskan melalui media sosial ataupun pada website resmi Desa Lemukih. Penulis berfokus pada strategi promosi objek wisata alam karena saat ini desa Lemukih mengutamakan wisata alam untuk dikembangkan, mengenai potensi wisata non-alam masih dalam proses perancangan. Penulis akan menjabarkannya melalui rumusan masalah yaitu pesona alam apa saja yang terdapat di Desa Lemukih, Apa Kendala Promosinya dan strategi promosi menggunakan media digitalisasi dan mengupas tuntas apa yang menjadi bahan penelitian pada bagian pembahasan dengan harapan bisa digunakan sebagai sumber informasi untuk peneliti selanjutnya mengenai strategi promosi pesona alam berbasis media digitalisasi.

Strategi promosi destinasi pesona alam Desa Lemukih merupakan langkah-langkah atau usaha berupa tindakan yang dilakukan oleh sumber daya manusianya guna menyebarluaskan objek wisata yaitu pesona alam Desa Lemukih, yang dimaksud dengan pesona alam adalah segala jenis daya tarik wisata yang terbentuk secara alamiah dan didukung oleh penataan agar terlihat lebih indah dan menarik untuk dikunjungi, serta disediakan fasilitas tertentu guna menunjang terbentuknya tiga unsur dalam pariwisata yaitu something to see, something do do, dan something to buy. Strategi promosi melalui media digitalisasi adalah sebuah usaha untuk menyebarluaskan objek wisata atau aktivitas wisata dengan tujuan untuk diketahui oleh masyarakat yang luas melalui media digital seperti website dan media sosial. Usaha inilah yang akan dilakukan oleh sumber daya manusia yang ada di Desa Lemukih sebagai strategi promosi pesona alam sebagai daya tarik wisata.

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Cica Muliani (2018) dengan judul "Pelaksanaan Strategi promosi Objek Wisata Alam Citumang oleh Perum Perhutani Kesatuan Pemangkuan Hutan Ciamis" penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan perolehan sumber data melalui kajian kepustakaan, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun hasil dari rumusan masalah tentang tahapan pelaksanaan strategi pengembangan objek wisata alam citumang oleh perum perhutani kesatuan pemangkuan hutan ciamis adalah melalui evaluasi terhadap pengembangan strategi-startegi sebelumnya kemudian dijalin komunikasi dengan pengelola wisata alam setempat. Mengenai media promosi yang digunakan adalah menggunakan media digitalisasi yaitu promosi menggunakan media online dalam promosi wisata alamnya.

Selanjutnya adapun penelitian yang dilakukan oleh Helln Angga Devy dan R.B. Soemanto (2017) dengan judul penelitian berupa "Pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata Alam Sebagai Daerah Tujuan Wisata di Kabupaten Karanganyar" adapun studi kasus yang diteliti adalah obyek wisata air terjun jumog di kawasan wisata Desa Berjo, Kecamatan Ngargoyoso, Kabupaten Karanganyar. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan melakukan wawancara secara terbuka dengan pihak terkait seperti pengunjung, pengelola dan instansi terkait. Adapun masalah yang ditemukan adalah belum adanya program olahan yang menjadikan ciri dari daerah itu sendiri kemudian juga kurangnya pendampingan dan pelatihan dalam pengelolaan dan objek wisatanya. Terdapat dua hasil serta solusi yang dihasilkan sebagai bentuk strategi pengembangannya yaitu secara fisik seperti memperbaiki fasilitas yang perlu diperbaiki dan prasarana yang mampu menunjang kegiatan sebagai penunjang kepariwisataan di daerah tersebut kemudian pengembangan non-fisik adalah dengan membentuk beberapa peran yang memiliki tanggung jawab sesuai dengan fungsinya seperti loket, prasarana penunjang, kebersihan, hiburan, keamanan, penyedia pelayanan makanan dan minuman yang diperuntukkan kepada pengunjung objek wisata.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Kristian Buditiawan dan Harmono (2020) dengan judul "Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kabupaten Jember" setrategi pengembangan di objek wisata yang telah memiliki ketiga dasar pariwisata ini yaitu something to see seperti pesona alam air terjun,

keindahan alam, serta sunset/sunrise. Dilanjutkan dengan something to do seperti aktivitas fisik/perpetualangan dan juga terdapat destinasi buatan seperti taman, kolam untuk berenang, kebun binatang dan lain-lain. Yang terakhir adalah something to buy seperti souvenir, oleh-oleh, dan lain-lain. Penelitian yang menggunakan metode campuran kualitatif dan kuantitatif dengan Teknik penggalan data berupa wawancara dengan pihak-pihak terkait, seperti pengelola, pemerintah sekitar, dan juga masyarakat ini menghasilkan luaran berupa strategi pengembangan destinasi pariwisata melalui pembinaan kepada masyarakat di sekitar obyek wisata melalui pembentukan kelompok sadar wisata yang akan mengelola, meningkatkan daya saing produk, mengadakan event wisata dan bekerjasama dengan pihak-pihak terkait.

Penelitian selanjutnya adalah sebuah penelitian tentang “Strategi Pengembangan Potensi Wisata Alam Gunung Teletubis di Desa Gililana Kabupaten Morowali Utara” oleh Fanny Maysita R dan Arief Sudharsono (2020). Adapun rumusan masalah yang diteliti pada penelitian ini adalah tentang bagaimana strategi pengembangan potensi wisata alamnya, penelitian ini mengambil metode penelitian deskriptif dan kualitatif dengan metode pengumpulan data berupa observasi atau turun langsung ke lokasi dan wawancara. Adapun luaran yang dihasilkan dari penelitian ini adalah memberdayakan masyarakat sekitar dengan memberikan pembinaan mengenai pengenalan potensi pesona alam. Mengenalkan kepada wisatawan lokal atau mancanegara dengan berbagai media dan yang terakhir membuat pameran bidang seni dan kuliner.

Selanjutnya Nanda Puspita (2019) melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Kawasan Wisata di Kabupaten Nias Selatan” penelitian ini menggunakan metode penelitian yang digunakan adalah penelitian empiris yaitu bersifat menjelajah, menggambarkan secara terperinci (deskriptif) dan menjelaskan secara terperinci atau eksplorator. Penelitian empiris adalah penelitian yang menjelaskan objek yang diteliti secara realistis yaitu pengembangan wisata di pulau Nias salah satunya adalah Desa adat Bawomatulo yang berarti desa diatas bukit. Adapun hasil dari penelitian ini mengenai strategi pengembangannya adalah dengan cara melakukan pembangunan unsur-unsur kepariwisataan diantaranya adalah pembangunan kebijakan tentang kepariwisataan, pembangunan sarana-prasarana tentang kepariwisataan termasuk melibatkan kajian-kajian tentang visiografis dan teknologi.

Penelitian selanjutnya yaitu penelitian yang diteliti oleh Reynaldo Madubun dan Yosevita.Th Latupapua dengan judul “Potensi Daya Tarik dan Strategi pengembangan Pulau Baer Sebagai Objek Wisata Alam di Desa Dullah Laut Kota Tual” penelitian ini membahas tentang pesona alam Flora dan Fauna yang ada di Pulau Baer. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan data primer dan sekunder, data primer adalah data yang diperoleh langsung dilapangan melalui kegiatan kuisisioner dan wawancara. Selanjutnya untuk metode sekunder adalah data yang diambil dari laporan dinas dan juga hasil dari penelitian sebelumnya. Adapun luaran atau strategi yang dihasilkan dari penelitian ini adalah memberikan pembinaan sehingga menimbulkan kesadaran kepada masyarakat mengenai pentingnya menafaat pesona alam, membuat aturan-aturan tentang kebijakan tentang kepariwisataan, membangun fasilitas sarana dan prasarana yang mendukung terselenggaranya kegiatan wisata, menyediakan fasilitas-fasilitas umum seperti bak sampah dan tanda larangan.

Penelitian berikutnya adalah penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Potensi Wisata Pulau Bokori Provinsi Sulawesi Tenggara” oleh Isnawati dan Lea Emilia Farida (2018). Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif untuk menjelaskan secara terperinci mengenai objek wisata pulau Bokori dengan metode pengambilan data melalui wawancara dan observasi. Adapun hasil dari pembahasan penelitian ini adalah bahwa sektor pariwisata yang ada sangat berpeluang untuk dikembangkan seperti wisata bahari, agrowisata dan wisata budaya serta banyak lagi yang bisa dikembangkan sesuai dengan kekayaan alam yang ada. Adapun usaha yang dilakukan adalah peningkatan pengamanan pantai, penataan kawasan wisata, penyediaan sarana-prasarana seperti fasilitas camping dan lain sebagainya, sehingga menarik minat wisatawan lokal dan mancanegara.

Adapun penelitian yang selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Ni Made Anggia Paramesthi Fajar, I Wayan Diasa, dan Ade Maharini Adiandari (2021), penelitian ini berjudul “Pengembangan Desa Wisata Taro Berbasis Digital Marketing Sosial Media” adapun metode yang digunakan dalam pengembangan ini adalah dengan menggunakan metode Edukasi, Pelatihan, Pendampingan, dan Metode Evaluasi. Luaran yang dihasilkan dari pengembangan potensi wisata alam yang terdapat di desa taro setelah melakukan beberapa analisis yaitu menggunakan digital marketing melalui sosial media sebagai proses pemasaran, karena bisa menjangkau lebih luas dan tepat sasaran sehingga objek wisata bisa dilihat oleh seluruh lapisan masyarakat.

Selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Roasvita Flaviana Osin dan Ni Komang Purwaningsih (2020), penelitian ini berjudul “Peran Generasi Milenial dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal” penelitian yang merumuskan permasalahan peran generasi milenial dalam pengembangan desa wisata berbasis kearifan lokal ini mengambil metode penelitian Primer dan Sekunder

yaitu terjun langsung untuk melihat objek dan mengambil sumber dari data yang sudah tersedia sebelumnya, Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui wawancara, observasi dan studi literatur. Adapun luaran dari penelitian ini adalah ada tiga poin sebagai strategi pengembangan objek wisata Desa Nyambu dan Desa Marga Tabanan ini adalah yang pertama adalah prosedur dimana pemerintah desa harus menggandeng generasi muda atau Sekaa Truna Truni (STT) untuk memberikan aspirasi, kemudian yang yang kedua adalah proses termasuk pemetaan dan menemukan potensi wisata, serta yang ketiga adalah produk yaitu hasil atau potensi yang ada untuk dikembangkan.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Desak Putu Henny Puspawati Ristanto (2018) dengan penelitian yang berjudul “Strategi Promosi Digital untuk Pengembangan Pariwisata Kota Magelang” penelitian ini menjabarkan hasil dari rumusan masalah diantaranya tentang keunggulan dan potensi wisata kota magelang, kendala promosi, dan bagaimana strategi untuk pengembangannya. metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan kualitatif dengan pengumpulan data berupa primer dan sekunder yaitu melakukan wawancara dari narasumber dan data yang sudah ada diperoleh melalui Dinas Kepemudaan. Strategi pengembangan yang digunakan di kota magelang yang potensi wisatanya berbasis alam, tradisi, budaya, dan peninggalan sejarah adalah melalui media digital yaitu media sosial.

Kemudian pada penelitian yang dilakukan oleh Ni Putu Helindra Ekayani, I Wayan Rideng, dan I Nyoman Lemes (2014) dengan judul penelitian yaitu “Peranan Desa Pakraman Lemukih dalam Pengelolaan Pariwisata de Desa Lemukih, Kecamatan Sawan, Kabupaten Buleleng” adapun rumusan masalah yang diteliti adalah mengenai pembuatan, hambatan-hambatan, dan penegakan aturan pengelolaan pariwisata Desa Lemukih. Metode penelitian yang digunakan merupakan penelitian hukum empiris yang bersifat deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan studi dokumen dan wawancara, kemudian dianalisis secara kualitatif. Adapun luaran yang dihasilkan dari penelitian ini adalah peranan desa pakraman Lemukih dalam pembuatan dan penegakkan aturan-aturan adat sesuai dengan aturak desa pakraman yang berkaitan dengan pengembangan pariwisata Desa Lemukih, selanjutnya mengenai hambatan penegakkan aturan secara khusus yang berkaitan dengan pengelolaan pariwisata Desa Lemukih diselesaikan melalui pesamuhan desa, karena aturan ini perlu dibentuk untuk mendukung pengembangan pariwisata Desa Lemukih.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Nyoman Sudiksa, Risa Panti Ariani, dan Ni Made Suriani (2017) penelitian ini berjudul “Pengembangan Paket Wisata Alam Desa Lemukih Kecamatan Sawan Kabupaten Buleleng” penelitian ini mengambil rumusan masalah mengenai potensi objek wisata alam desa Lemukih dan melakukan pengembangan paket wisata alam Desa Lemukih. Penelitian ini menggunakan tiga metode diantaranya adalah wawancara, observasi dan diskusi, untuk pengambilan sampel menggunakan snowball sampling. Hasil dari penelitian ini yaitu Desa Lemukih memiliki enam air terjun, perosotan air (waterslide), pemandangan sawah (rice field), dan sumber air panas yang tidak di sebarluaskan. Ada dua paket yang dibuat oleh peneliti paket trekking 1 dan paket trekking 2, paket trekking 1 aktivitasnya adalah wisatawan belajar menari dan gamelan, belajar memasak masakan bali, menaman padi, melihat pemandangan sawah, memandikan sapi dan bermain perosotan air. Paket trekking yang kedua adalah melihat pemandangan sawah, bermain perosotan air, berkunjung ke air terjun gerombong dan air terjun fiji.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Ida I Dewa A. Manik Sastri, I Ketut Irianto dan Ni Made Wahyuni (2021) dengan judul “Institution and Human Resources in The Lemukih Village Bussiness Unit” Penelitian ini membahas Badan Usaha Milik Desa Lemukih mengenai sitem manajemen dan usaha-usaha yang ada di dalamnya dalam segala bidang seperti pariwisata, alah pencuci piring, umkm yang dimiliki masyarakat desa. Produk unggulan yang dimiliki oleh BUMDES adalah sabun pencuci pring yakni “Super Jross” namun masih masih perlu peningkatan dalam teknologi sehingga dibutuhkan teknologi yang lebih mumpuni untuk mendapatkan kualitas yang lebih baik, demikian pula untuk manajemen karena masih manual menggunakan excel maka dibutuhkan sistem berbasis cloud sehingga bisa diakses oleh pemerintah sehingga BUMDES desa Lemukih ditata secara professional.

Adapun beberapa perbedaan yang mendasari penelitian ini dengan penelitian terdahulu atau penelitian sebelumnya adalah bahwa penelitian ini lebih kedalam pengidentifikasian pesona alam yang terdapat di Desa Lemukih, Kecamatan Sawan, Kabupaten Buleleng kemudian mengetahui kendala dalam penyebarluasan informasi atau promosi mengenai objek wisata dan aktivitas wisatanya kemudian memberikan solusi berupa strategi promosi berbasis media digitalisasi salah satunya dengan media sosial. Penelitian ini diambil menggunakan metode penelitian deskriptif dan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan pemerintah desa terkait serta objek yang diteliti. Penelitian ini juga mengidentifikasikan peran pemerintah, unsur pariwisata, serta masyarakat yang bersinergi dalam promosi pesona alam yang ada di Desa Lemukih.

Metode

Pelaksanaan penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2016:9) metode deskriptif kualitatif merupakan suatu metode penelitian yang berdasar pada filsafat postpositivisme yang bertujuan untuk meneliti sebuah objek yang alamiah dengan teknik pengumpulan data secara gabungan dengan analisis data bersifat kualitatif, yang dimaksud dengan kualitatif adalah lebih menekankan makna dibandingkan dengan generalisasi. Adapun tujuan dari penggunaan penelitian deskriptif kualitatif adalah untuk menggambarkan, mendeskripsikan, menerangkan, menjelaskan serta menjawab secara terperinci mengenai permasalahan yang diteliti dengan mempelajari semaksimal mungkin sebuah objek dengan hasil penulisan berupa pernyataan sesuai dengan kondisi sebenarnya. Didalam penelitian ini menghasilkan sebuah data berupa strategi promosi pesona alam Desa Lemukih yang terletak di Kecamatan Sawan, Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali dengan berbasis media digitalisasi yaitu dibuatkan media sosial khusus oleh pengelola untuk pesona alam Desa Lemukih seperti Instagram dan facebook yang difungsikan sebagai penyebaran informasi mengenai pesona alam dan aktivitas wisata yang bisa dilakukan serta melampirkan destinasi wisata alam dan aktivitas wisata pada website resmi Desa Lemukih juga. Pengumpulan data pada penelitian ini didukung melalui proses wawancara, observasi, dan dokumentasi yang bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam memecahkan rumusan masalah pada penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Desa Lemukih merupakan desa yang berada di pegunungan tentu memiliki suasana desa yang sangat sejuk, desa ini terdiri dari perkebunan dan persawahan sehingga sangat menarik dijadikan destinasi wisata alam, terdapat beberapa pesona alam yang sudah beroperasi dan ada juga yang masih proses pembangunan diantaranya adalah pertama ada waterslide, ini merupakan tempat wisata yang paling ramai dikunjungi oleh wisatawan lokal di masa pandemi, tempat wisata dengan aktivitas wisata paling menyenangkan bermain perosotan air dari ketinggian. Air yang sejuk serta medan yang menantang sangat menarik perhatian untuk ingin mencoba bermain perosotan. Tiket yang terjangkau serta fasilitas keamanan yang memadai sangat worth it untuk berwisata kesini, diatas waterslide juga tersedia ayunan yang diikat diantara dua kayu besar, juga tersedia fasilitas umum untuk ganti, terdapat warung makan untuk sekedar duduk, makan, minum, dan menikmati indahnya pemandangan dari ketinggian. Kemudian yang selanjutnya adalah *Fiji rice field* merupakan hamparan sawah luas yang sangat mempesona ketika dilihat. Di sini mata dimanjakan dengan keasrian dan keheningannya, wisatawan bisa melakukan *trekking* pada hamparan sawah yang luas ini serta bisa bersawafoto dengan background persawahan. Di daerah Fiji juga terdapat sebuah mini restoran yang bisa digunakan oleh wisatawan untuk menikmati hidangan yang tersedia sembari memandang pemandangan indah didepannya. Pesona alam yang selanjutnya adalah water jumping merupakan tempat wisata dimana pengunjungnya bisa lompat dari ketinggian untuk berenang di dalam air, air yang mengalir serta tempat yang cukup luas memang banyak diminati oleh wisatawan untuk berenang di water jumping ini. Masih dalam pesona alam desa berupa perairan, desa Lemukih memiliki sumber mata air tawar yang sangat banyak salah satunya adalah gerombong natural spring water, disini wisatawan bisa mengambil air untuk diminum langsung tanpa harus dimasak terlebih dahulu karena sangat jernih dan menyegarkan. pesona alam yang menjadi icon desa Lemukih yaitu fiji waterfall, salah satu air terjun terbesar yang ada di Bali dengan jumlah tiga terjunan air dalam satu tempat. Cukup menantang untuk mencapai ke air terjun ini dengan menuruni anak tangga dan berjalan di pinggir sungai tapi semua usaha itu akan terbayarkan ketika sudah sampai di air terjunnya, pengunjung bisa melakukan beberapa aktivitas disini seperti berswafoto dan berenang, selain Fiji Waterfall terdapat beberapa air terjun yang masih dalam perencanaan proses pembangunan yaitu air terjun yeh mampeh dan air terjun ikut sampi.

Objek wisata alam desa Lemukih masih banyak dalam tahap pembangunan sehingga selangkah demi selangkah diiringi dengan promosinya, jika dilihat dari promosi pesona alam desa Lemukih masih tergolong kurang dikarenakan local guide sebagai pemandu wisata di Desa Lemukih kebanyakan masih menunggu wisatawan yang datang langsung kemudian ditawarkan untuk registrasi guna mengunjungi tempat wisata, selanjutnya ada beberapa guide lokal yang sudah punya langganan dengan supir wiatawan yang sering membawa tamu ke Desa Lemukih, ini akan menjadi hubungan keberlanjutan antara supir tamu dan guide lokal sehingga ketika tamu tersebut membawa tamu akan menginformasikan kepada guide lokal untuk stand by dan juga ada guide lokal yang langsung berkoordinasi kepada tamu untuk menyebarluaskan

informasi mengenai pesona alam Desa Lemukih, tapi diluar semua itu masih kurang dalam menggalakkan proses promosi obyek wisata alam berbasis digitalisasi salah satunya media sosial. Kendala promosi pesona alam Desa Lemukih terdapat pada inovasi penggerakannya untuk memilih media digital sebagai media promosi salah satunya di media sosial, kemudian bisa menjalin kerjasama tertentu dengan pihak terkait pelaku pariwisata dan perkjalanan wisata seperti travel agent, hotel, serta restoran. Disini peran pemerintah dan ketua unsur pariwisata sangat penting, pemerintah bisa membuat gerakan promosi pesona alam serentak melalui media sosial yang anak muda Desa Lemukih punya, sehingga semua informasi tentang pesona alam tersebar luas melalui kerjasama setiap elemen yang ada di desa.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang penulis lakukan sebagai metode pengumpulan data dalam penelitian ini maka dapat ditemukan titik terang sebagai bentuk solusi untuk penyebarluasan pesona alam desa Lemukih yaitu dengan membentuk suatu sistem dari dinas, adat, POKDARWIS, serta masyarakat bersinergi dan berkolaborasi untuk mengembangkan pesona alam melalui media digitalisasi, yang penulis maksud sebagai strategi promosi pesona alam Desa Lemukih diantaranya adalah menggunakan:

Table 1.
Media Promosi

No	Media Digital	Keterangan
1	Instagram	Membuatkan instagram khusus untuk pesona alam Desa Lemukih sebagai media promosi dan media informasi mengenai objek wisata dan aktivitas wisata yang bisa dilakukan pada objek wisata yang bisa dikunjungi. Dilengkapi dengan informasi lainnya seperti <i>link google maps</i> objek wisata serta <i>contact person</i> yang bisa dihubungi. Selain itu bisa melakukan promosi melalui Instagram ads.
2	Facebook	Membuatkan facebook khusus untuk pesona alam Desa Lemukih, krena facebook juga media sosial yang bersifat <i>general</i> dengan potensi yang sangat besar setiap informasi yang kita sebar bisa dilihat oleh khalayak banyak. Selain itu kita juga bisa melakukan promosi melalui facebook ads.
3	Tiktok	Tiktok merupakan media sosial masih tergolong baru namun menjadi media sosial favorit dikalangan anak muda, ini sangat berpotensi digunakan sebagai media promosi objek wisata melalui upload objek wisata dan aktivitas wisata bisa juga melalui jasa influencer.
4	Booking.com	Mendaftarkan objek wisata ke <i>online travel agent</i> merupakan salah satu bentuk inovasi dan kemajuan pengetahuan SDM sebagai pengelola objek wisata, hal ini akan diimplementasikan seiring perkembangan pembangunan objek wisata. Booking.com merupakan <i>online travel agent</i> favorit di Indonesia karena memiliki fitur yang lengkap dalam informasi perjalanan wisata dan akomodasi, sehingga booking.com merupakan <i>online travel agent</i> yang pas untuk mendaftarkan objek wisata.
5	Expedia	Expedia merupakan online travel agent yang memiliki keunggulan untuk menghubungkan ke beberapa merek <i>online travel agent</i> lainnya sehingga melauai <i>online travel agent</i> ini objek wisata dan akomodasi bisa tersebar luas.
6	Website	Melampirkan objek wisata dan aktivitas wisata secara berkala kedalam website resmi Desa Lemukih, karena pengunjung yang ingin berkunjung ke objek wisata Desa Lemukih dan mencari informasi melalui <i>google</i> dalam menu pencarian berpotensi muncul website resmi Desa Lemukih, ketika wisatawan membuka website Desa Lemukih terdapat objek wisata dan aktivitas wisata yang terlampir sehingga website merupakan salah satu media informasi dan promosi.

Simpulan dan Saran

Penelitian yang berjudul strategi promosi pesona alam Desa Lemukih berbasis media digitalisasi mengangkat tiga rumusan masalah yakni pesona alam apa saja yang terdapat di Desa Lemukih, apa kendala promosinya, dan bagaimana strategi promosinya dengan berbasis media digitalisasi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yaitu melakukan penelitian berdasarkan keadaan sebenarnya dengan menghasilkan data berupa deskriptif yaitu data yang dipaparkan secara terperinci. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil dari metode pengumpulan data yang melibatkan kepala Desa Lemukih dan ketua unsur pariwisata desa yang menjadi subjek, serta melakukan observasi serta dokumentasi secara langsung mengenai pesona alam Desa Lemukih sebagai objek.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Terdapat beberapa pesona alam di Desa Lemukih sebagai objek wisata alam diantaranya adalah perosotan air (Waterslide), Water Jumping, hamparan sawah yang luas (Fiji Rice Field), air tawar yang dapat diminum langsung (Gerombong Natural Spring Water), dan yang terakhir adalah air terjun fiji (Fiji Waterfall).

Kendala promosinya terdapat pada sumber daya manusia yang terdapat di Desa Lemukih karena masih relatif menggunakan cara yang sederhana dan belum memaksimalkan media digitalisasi sebagai

wadah dalam penyebarluasan kegiatan di objek wisata yang masih terbatas salah satunya dibuktikan dengan informasi yang terdapat di website resmi Desa Lemukih bahwa informasi tentang objek wisata masih sangat terbatas juga tidak terdapat informasi mengenai kegiatan wisata yang ada di Desa Lemukih seperti kegiatan dari kunjungan wisatawan.

Strategi promosi pesona alam Desa Lemukih berbasis digitalisasi menjadi solusi dari kendala penyebarluasan informasi mengenai pesona alamnya yaitu dengan mengoptimalkan media digital yang ada yaitu memberikan informasi yang jelas pada website resmi Desa Lemukih seperti informasi objek pesona alam dan juga kegiatan wisata yang ada di setiap objeknya, juga menyebarluaskan melalui media sosial seperti facebook, Instagram, serta media sosial lainnya yang berpotensi menjangkau masyarakat luas serta pemerintah desa akan menginformasikan untuk seluruh masyarakat desa agar ikut serta dalam penyebarluasan informasi sehingga masyarakat juga memiliki peran dalam mendukung peningkatan ekonomi desa.

Pada kesempatan ini peneliti bermaksud menyampaikan saran kepada tiga pihak sebagai penerima manfaat dari penelitian ini. Kepada pemerintah dan unsur pariwisata Desa Lemukih, proses promosi pesona alam Desa Lemukih tidak bisa dilakukan hanya sekali saja, perlu yang namanya sustainable development yang berkesinambungan sehingga pemerintah desa dan unsur pariwisata harus bekerjasama untuk menemukan kreativitas media promosi seiring perjalanan waktu sehingga sesuai dengan kebutuhan konsumen serta bisa menjangkau lapisan calon wisatawan yang luas melalui media digitalisasi. Kepada masyarakat Desa Lemukih, pemerintah dan unsur pariwisata desa sebagai penggerak atas kreativitas dan strategi promosi pesona alam desa, masyarakat berperan penting dalam mendukung program tersebut dengan berpartisipasi penyebarluasan informasi yang disebarluaskan melalui media digitalisasi. Kepada peneliti selanjutnya, secara garis besar dan mendetail mengenai pesona alam Desa Lemukih, kendala promosi, serta promosi melalui media digitalisasi sudah disampaikan secara terperinci di penelitian ini namun kedepannya akan selalu ada inovasi untuk dikembangkan, sehingga penelitian ini bisa dijadikan gambaran atau cerminan sebagai tolak ukur untuk melakukan penelitian selanjutnya.

Daftar Rujukan

- Ariyani, Ratu Sanny. 2013. *Studi deskriptif kinerja di masing-masing bagian di lembaga penjaminan mutu pendidikan Provinsi Jawa Barat*. S1 thesis, Universitas Pendidikan Indonesia. diakses pada tanggal 28 Februari 2022.
- Budio, Sesra. 2019. "Strategi manajemen sekolah. *Jurnal Menata, Vol 2 No 2*. tersedia pada <https://123dok.com/document/q27vk5ry-jurnal-menata-volume-desember-strategi-manajemen-sekolah-sesra.html>. diakses pada tanggal 14 Februari 2022
- Buditiawan, Kristian dan Harmono. 2020. Strategi pengembangan destinasi pariwisata kabupaten Jember. *Jurnal Kebijakan Pembangunan, Vol 15, No 1*. tersedia pada <https://jkjournal.kalselprov.go.id/index.php/menu/article/view/50>. Diakses pada tanggal 19 Februari 2022.
- Devy, Angga H. dan Soemanto, R.B. 2017. Pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata Alam Sebagai Daerah Tujuan Wisata di Kabupaten Karanganyar. *DILEMA, vol 32, no 1*. Tersedia pada https://web.archive.org/web/20180520094214id_/https://jurnal.uns.ac.id/dilema/article/viewFile/11194/pdf. Diakses pada tanggal 19 Februari 2022.
- Ekayani, N. P. H., Rideng, I W., dan Lemes, I N. 2014. Peranan desa pakraman Lemukih dalam pengelolaan pariwisata di Desa Lemukih, Kecamatan Sawan, Kabupaten Buleleng. *Kertha Widya, Vol 2 No 2*. tersedia pada <https://ejournal.unipas.ac.id/index.php/KW/article/view/439/364> diakses pada tanggal 10 April 2022.
- Fajar, N. M. A. P. ., Diasa, I. W., & Adiandari, A. M. (2021). Pengembangan Desa Wisata Taro berbasis digital marketing sosial media. *Penamas: Journal of Community Service, 1(2)*, 116–124. <https://doi.org/10.53088/penamas.v1i2.241>
- Farida, Lea Emilia and Isnawati, Isnawati. 2018. *Strategi pengembangan potensi wisata* pulau Bokori Provinsi Sulawesi Tenggara. In: Seminar Nasional ASBIS 2018, 7 November 2018, Banjarmasin, Indonesia
- Farida, Nugrahani. 2014. *Metode penelitian kualitatif dalam penelitian pendidikan bahasa*. Solo: Cakra Books.
- Iryana. 2020. Teknik Pengambilan Data metode kualitatif. <https://doi.org/10.31227/osf.io/2myn7>

- Madubun, R., & Latupapua, Y. 2021. Potensi daya tarik dan strategi pengembangan Pulau Baer sebagai objek wisata alam di Desa Dullah Laut Kota Tual. *Jurnal hutan pulau-pulau kecil*, 5(2), 152-162. Retrieved from <https://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/jhppk/article/view/4589>
- Maysita, Fanny dan Sudharhono, Arief. 2020. Strategi Pengembangan potensi wisata alam Gunung Teletubis di Desa Gililana Kabupaten Morowali Utara. *Jurnal Ilmiah Kehutanan*, Vol 8, No 4. Tersedia pada <http://jurnal.untad.ac.id/jurnal/index.php/WartaRimba/article/view/18227/12513>. Diakses pada tanggal 21 Februari 2022.
- Muliani, Cica. 2018 Pelaksanaan strategi pengembangan objek wisata alam Citumang oleh Perum Perhutanan Kesatuan Pemangkuan Hutan Ciamis. <http://dx.doi.org/10.25157/dinamika.v5i2.1417>
- Osin, Rosvita Flaviana dan Purwaningsih, Ni Komang. 2020. Peran generasi millennial dalam pengembangan desa wisata berbasis kearifan lokal. *JIMB: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vol 5 No 2. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/2690>. Diakses pada tanggal 22 Februari 2022.
- Puspawati, Putu Henny & Ristanto, R. (2018). Strategi promosi digital untuk pengembangan pariwisata Kota Magelang. *Jurnal Jendela Inovasi Daerah*, 1(2), 1-20. Retrieved from <http://jurnal.magelangkota.go.id/index.php/cendelainovasi/article/view/14>.
- Puspita, Nanda. 2019. Strategi Pengembangan Kawasan Wisata di Kabupaten Nias Selatan. *Kajian*, Vol 24 No 2, <http://dx.doi.org/10.22212/kajian.v24i2.1864>.
- Sudiksa, Nyoman, Ariani, Risa Panti, dan Suriani, Ni Made. 2017. Pengembangan paket wisata alam di Desa Lemukih Kecamatan Sawan Kabupaten Buleleng. *Jurnal Bosaparis*, Vol 8 No 2, <https://doi.org/10.23887/jpkk.v8i2.13130>.
- Sugiyono. 2018. *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Suryani, Ade I. 2016. Strategi pengembangan pariwisata lokal. *Jurnal Spasial: Penelitian, Terapan Ilmu Geografi, dan Pendidikan Geografi*, vol. 5, no. 1, doi:10.22202/jsl.2016.v%25.i1.1595