



PEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL UNTUK PROMOSI PARIWISATA DAN POTENSI KEARIFAN LOKAL DI KELURAHAN BATU PUTUK, KECAMATAN TELUK BETUNG BARAT, KOTA BANDAR LAMPUNG

Alya Samira Rahmaputri¹, Anisa Raden², Cahlia Kurnia³, Muhammad Fakhri Robbani⁴, Nitami Sari⁵, Noval Aditya Marlon⁶, Swarna Darma Utama⁷

¹Program Studi Teknik Sipil/Jurusan Teknik Sipil/FT, Universitas Lampung

²Program Studi Ilmu Komputer/Jurusan Ilmu Komputer/FMIPA, Universitas Lampung

³Program Studi Fisika/Jurusan Fisika/FMIPA, Universitas Lampung

⁴J Program Studi Teknik Informasi/Jurusan Teknik Elektro/FT, Universitas Lampung

⁵Program Studi Manajemen/Jurusan Manajemen/FEB, Universitas Lampung

⁶Ilmu Komputer/Jurusan Ilmu Komputer/FMIPA, Universitas Lampung

⁷Program Studi Teknik Kimia/Jurusan Teknik Kimia/FT, Universitas Lampung

Penulis Korespondensi : swarna.darma1041@students.unila.ac.id

Abstrak

Pemanfaatan media sosial pada era digital memberikan kemudahan dalam penyebaran informasi dan promosi di berbagai sektor, termasuk pariwisata. Kehadiran media sosial di tengah masyarakat terbukti mampu meningkatkan efektivitas promosi wisata menjadi lebih interaktif, informatif, dan fleksibel dalam penyampaian pesan, sehingga berpotensi menarik minat wisatawan. Namun demikian, agar pemanfaatannya optimal, diperlukan strategi komunikasi yang terencana serta persiapan pembuatan konten yang kreatif, menarik, dan sesuai dengan karakteristik audiens sasaran. Konten yang disusun tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana membangun citra destinasi dan memperkuat daya tarik keunikan lokal. Berdasarkan kebutuhan tersebut, tim Kuliah Kerja Nyata (KKN) Desa Batu Putuk melaksanakan program pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi pariwisata dan pengenalan potensi kearifan lokal di Kelurahan Batu Putuk. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas destinasi, memperluas jangkauan promosi, serta mendorong partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata berbasis potensi lokal secara berkelanjutan.

Kata kunci: *Era Digital; Kearifan Lokal; Pariwisata; dan Media Sosial*

Abstract

The utilization of social media in the digital era has facilitated the dissemination of information and promotion across various sectors, including tourism. The presence of social media within society has proven to enhance the effectiveness of tourism promotion by making it more interactive, informative, and flexible in delivering messages, thereby increasing its potential to attract visitors. However, to optimize its use, a well-planned communication strategy and careful preparation of creative and engaging content tailored to the target audience are required. The developed content



functions not only as a medium of information but also as a tool to build destination branding and strengthen the unique local appeal. Based on this need, the Community Service Program (KKN) team of Batu Putuk Village implemented a social media-based initiative to promote tourism and highlight local cultural potential in Batu Putuk Subdistrict. This activity aims to increase destination visibility, expand promotional reach, and encourage community participation in sustainable, locally based tourism development.

Keywords: *Digital Era; Local Wisdom; Tourism; and Social Media*

1. Pendahuluan

Kelurahan Batu Putu, Kecamatan Teluk Betung Utara, Kota Bandar Lampung, memiliki topografi perbukitan dengan tanah yang subur, adanya aliran sungai, dan merupakan daerah penghasil buah-buahan. Kelurahan Batu Putu dikembangkan sebagai daerah pengembangan tujuan wisata kota dan memiliki potensi wisata unggulan seperti adanya wisata alam, yang menyajikan panorama alam yang indah. Terdapat beberapa objek wisata yang ada di Kelurahan Batu Putu di antaranya Air Terjun Batu Putu, Taman Wisata Wira Garden, Taman Bumi Kedaton, Taman Cibiah, dan sebagainya.

Untuk mendorong perkembangan sektor pariwisata perlu dilakukan promosi. Promosi pariwisata berkaitan dengan kegiatan komunikasi dan publikasi untuk membangun citra mengenai destinasi dan atraksi wisata. Menurut Stanton, promosi adalah unsur dari bauran pemasaran organisasi yang bertujuan memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan target pasar dari organisasi atau produk yang dipasarkan (2001). Bentuk promosi yang mudah dan luas jangkauannya salah satunya adalah dengan menggunakan media sosial.

Media sosial sangat berperan dalam penyebaran informasi bagi masyarakat luas. Jenis media sosial yang dikenal oleh masyarakat sangat beragam. Menurut hasil riset oleh 'We Are Social' diantara banyaknya jenis media sosial tersebut, media sosial yang diminati orang Indonesia saat ini diantaranya Youtube, Facebook, Instagram, dan Twitter. Berdasarkan informasi yang dimuat dalam wartakota, Indonesia merupakan komunitas pengguna Instagram terbesar di Asia Pasifik dengan jumlah pengguna aktifnya mencapai 45 juta orang dari total pengguna global yang berjumlah 700 juta orang. Pengguna sosial media yang banyak ini dapat menjadi lahan untuk menaikkan profit dan memperlebar sayap bisnis sektor pariwisata.

Berangkat dari permasalahan yang ditemui di masyarakat, dimana hanya sebagian kecil masyarakat desa yang sadar akan potensi pariwisata yang ada di Kelurahan Batu Putuk, maka dilakukan kegiatan yang bertujuan untuk menambah pengetahuan bagi masyarakat desa mengenai dunia digital yang dapat meningkatkan minat masyarakat luas dan mampu mengembangkan potensi pariwisata tersebut, sehingga potensi wisata yang ada mampu memberi pengaruh positif terhadap potensi sektor lain yang juga ada di Kelurahan Batu Putuk. Diharapkan pula pengenalan potensi wisata alam yang ada di Kelurahan Batu Putuk melalui sosial media kepada masyarakat luas dapat menjadikan



Batu Putuk sebagai salah satu desa wisata yang terkenal dan mampu mendatangkan wisatawan baik dari dalam maupun luar daerah Lampung.

2. Bahan dan Metode

Metode dalam penulisan artikel ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan sosial media sebagai program kerja promosi wisata alam yang ada di Desa Batu Putuk selama pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata sekaligus menjelaskan langkah-langkah dari pembuatan video, promosi video, hingga output dari program kerja tersebut. Terdapat 4 Wisata Alam yang dikunjungi selama pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata yaitu Air Terjun Batu Putuk, Taman Wisata Wira Garden, Wisata Boemi Kedaton, dan Pesona Alam Cibiah. Data-data yang digunakan dalam pembuatan artikel ini bersumber dari pengalaman dan hasil observasi langsung oleh anggota kelompok.

Adapun langkah-langkah pembuatan video promosi wisata alam dalam program kerja ini antara lain:

1. Mengunjungi tempat Wisata Alam.
2. Merekam gambar setiap tempat yang menarik bagi pengunjung menggunakan kamera handphone.
3. Mengedit hasil rekaman video tersebut menggunakan aplikasi Flimorago yang terdapat di handphone.
4. Menambahkan suara yang bertujuan untuk menjelaskan tempat-tempat yang ada di Wisata Alam tersebut.

Tahapan-tahapan dalam melakukan promosi Wisata Alam yaitu dengan meng-upload video Wisata Alam ke sosial media seperti Youtube dan Instagram yang dimiliki oleh seluruh anggota kelompok. Hasil dari kegiatan promosi tersebut dapat memungkinkan menarik minat para wisatawan atau masyarakat yang belum mengetahui keberadaan Wisata Alam tersebut untuk dapat berkunjung.

3. Hasil dan Pembahasan

Program kerja pariwisata desa batu putuk ini berlangsung dari tanggal 14 agustus 2021 sampai dengan tanggal 05 september 2021. Program kerja ini dilaksanakan sebanyak empat kali yang terdiri dari pengambilan gambar dan video, editing video, dan promosi video melalui media sosial. Pada tanggal 13 agustus 2021 program ini dimulai dengan merencanakan alur atau konsep dalam pengambilan videonya. Lalu dilanjutkan dengan editing video nya seperti ingin menggunakan backsound apa agar sesuai dengan suasananya, lalu pemilihan efek dan filter agar video tampak lebih baik. Selanjutnya melakukan promosi pada akun media sosial pribadi agar masyarakat luar daerah batu putuk dapat mengetahui wisata yang ada di desa batu putuk.



Program kerja ini dimulai dengan mengunjungi wisata air terjun batu putuk pada tanggal 14 Agustus 2021. Lalu kunjungan selanjutnya kami mengunjungi wisata alam wira garden pada tanggal 16 Agustus 2021. Kemudian pada tanggal 24 Agustus 2021 kami mengunjungi wisata Boemi Kedaton Zoo. Selanjutnya yang terakhir pada tanggal 29 Agustus kami mengunjungi wisata taman cibiah batu putuk. Selain melakukan pengambilan video pada wisata tersebut kami juga melakukan pengamatan terkait potensi apa saja yang dapat dikembangkan di wisata alam tersebut.

Setelah pengambilan video dan mengedit video, kami melakukan promosi melalui akun media sosial pribadi dengan tujuan agar masyarakat luar desa batu putuk dapat mengenal wisata yang ada pada desa batu putuk, sehingga nantinya akan mendapatkan keuntungan dari setiap orang yang ingin berkunjung kesana. Berdasarkan pemantauan dan pengamatan kami selama berlangsungnya program kerja ini dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial untuk promosi pariwisata dan potensi kearifan lokal di desa batu putuk dapat disimpulkan bahwa perhatian masyarakat luar desa batu putuk cukup tinggi. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya pertanyaan dari masyarakat luar desa batu putuk mengenai pariwisata yang ada. Seperti contohnya yaitu: dimana letak lokasinya dan apakah perjalanan kesana dapat menggunakan kendaraan mobil? Fasilitas apa saja yang ada di dalam wisata tersebut?, apakah seluruh fasilitas dapat digunakan secara gratis? Dan masih banyak pertanyaan yang lainnya.

Tabel 1. Keadaan awal dan akhir yang diharapkan dari promosi melalui media social.

Keadaan awal	Perlakuan	Keadaan akhir
Masyarakat luar desa batu putuk banyak yang belum mengetahui terkait pariwisata dan kearifan lokal apa saja yang ada di desa batu putuk	Melakukan promosi melalui media sosial agar lebih tersebar informasi mengenai pariwisata yang ada	Masyarakat luar desa batu putuk jadi mengetahui serta meningkatnya jumlah peminat pengunjung ke pariwisata yang ada di desa batu putuk

Sumber: Hasil pengamatan dan diskusi tim KKN

Kegiatan wisata merupakan suatu kegiatan perjalanan baik yang dilakukan individu ataupun grup dari tempat tinggal menuju suatu tempat tertentu untuk mendapatkan pengalaman di luar aktivitas kesehariannya (seperti: bekerja, sekolah, mengurus rumah tangga, dll) dalam waktu yang sementara.

Kegiatan wisata dilakukan bukan di rumah atau hanya di kediaman si pelaku kegiatan melainkan di suatu tempat dengan tujuan tertentu, sehingga kegiatan tersebut memerlukan proses perjalanan, baik menggunakan transportasi darat, laut, ataupun udara. Kalau dilihat dari sisi ekonomi, kegiatan wisata merupakan kegiatan proses konsumsi terhadap suatu produk yang dilakukan oleh pelaku wisata dimulai dari tempat tinggalnya, diperjalanan dan ditempat tujuannya. Produk yang dikonsumsi tersebut merupakan suatu pengalaman total (*total experiences*) yang diperoleh oleh pelaku



perjalanan wisata dalam proses konsumsinya tersebut. Sementara itu, terdapat tiga komponen penting yang membuat proses konsumsi terhadap suatu pengalaman berwisata itu terjadi, yaitu:

- Daya tarik wisata: segala sesuatu yang menarik dan menghasilkan pengalaman kepada pelaku perjalanan wisata, baik secara pasif maupun aktif, contoh: keindahan pantai, suasana pegunungan, gerhana, pentas seni, event olahraga, karnaval, menunggangi kuda, mendaki gunung, berselancar, bercengkrama dengan masyarakat, dll.
- Sarana penunjang wisata: segala sesuatu yang dapat memfasilitasi kegiatan wisata baik yang dapat diindera (tangible) maupun yang tidak dapat diindera (intangible), contoh: jasa transportasi, akomodasi, makan/minum, toilet, pramuwisata (guide), informasi dll.
- Infrastruktur/prasarana: segala sesuatu yang merupakan penunjang utama terselenggaranya proses kegiatan wisata dan kegiatan non wisata, contoh: jaringan jalan, bandara, terminal, pelabuhan, air bersih, listrik, telekomunikasi, dan lain-lain.

Berdasarkan hasil survey dan pengamatan dengan melihat keunggulan potensi wisata yang dimiliki oleh Desa Batu Putuk serta melihat permasalahan yang terjadi di tengah masyarakat oleh karena itu, kami menyusun dan melaksanakan beberapa program kerja baik program kerja utama maupun tambahan. Dalam Program kerja kami yaitu pemanfaatan media sosial untuk promosi pariwisata dan potensi kearifan lokal di Kelurahan Batu Putuk, Kecamatan Teluk Betung Barat, Bandar Lampung selanjutnya dari kami mahasiswa KKN UNILA melakukan dokumentasi dan mengambil data baik dari warga dan pengelola wisata tersebut berikut diantaranya adalah :

1. Air Terjun Batu Putuk merupakan objek wisata alam yang ada di desa Batu Putuk, wisata ini sudah memiliki beberapa fasilitas: seperti tempat parkir, kantin, mushola, tempat sampah, dan jalan yang memadai sehingga memudahkan para pengunjung untuk mencapai lokasi air terjun tersebut sehingga diharapkan para pengunjung sehingga diharapkan pengunjung menjadi nyaman namun ada beberapa masalah yaitu kurangnya kunjungan dari wisatawan sehingga setelah berkoordinasi dengan kelurahan kami pun melakukan beberapa dokumentasi dan akan di promosikan sehingga diharapkan wisata air terjun batu putuk akan menjadi ramai kembali sehingga dapat memutar ekonomi warga.
2. Taman Pesona Alam Cibiah merupakan objek wisata alam yang ada di desa Batu Putuk, wisata ini berupa konsep taman dengan terdapat tempat photo seperti taman hias dan bonsai serta gazebo untuk tempat beristirahat dan juga ada rekreasi berupa kolam renang dari sumber mata air alami sehingga selain melihat keindahan taman juga dapat berenang selain itu ada beberapa fasilitas lainnya seperti tempat parkir, kantin, mushola, tempat sampah, dan jalan yang memadai sehingga memudahkan para pengunjung untuk mencapai lokasi tersebut sehingga diharapkan para pengunjung sehingga diharapkan pengunjung menjadi nyaman namun ada beberapa masalah yaitu



kurangnya kunjungan dari wisatawan sehingga setelah berkoordinasi dengan kelurahan kami pun melakukan beberapa dokumentasi dan akan di promosikan sehingga diharapkan wisata air terjun batu putuk akan menjadi ramai kembali sehingga dapat memutar ekonomi warga.

3. Taman Wisata Wira Garden merupakan objek wisata alam yang ada di desa Batu Putuk, wisata ini berupa konsep taman dan juga tempat camping yang dimana bisa digunakan untuk acara besar seperti pernikahan atau acara menginap di alam dan juga terdapat tempat photo selain itu ada beberapa fasilitas lainnya seperti tempat parkir, kantin, mushola, tempat sampah, dan jalan yang memadai sehingga memudahkan para pengunjung untuk mencapai lokasi air terjun tersebut sehingga diharapkan para pengunjung sehingga diharapkan pengunjung menjadi nyaman namun ada beberapa masalah yaitu kurangnya kunjungan dari wisatawan sehingga setelah berkoordinasi dengan kelurahan dan pengelola wisata kami pun melakukan beberapa dokumentasi dan akan di promosikan sehingga diharapkan wisata air terjun batu putuk akan menjadi ramai kembali sehingga dapat memutar ekonomi warga.
4. Taman Wisata Bumi Kedaton merupakan objek wisata alam yang ada di desa Batu Putuk, wisata ini berupa konsep taman, tempat camping, tempat meeting untuk rapat, kebun binatang dan juga kolam renang bagi para pengunjung yang ingin menginap juga disediakan beberapa paviliun selain itu juga ada beberapa fasilitas lainnya seperti tempat parkir, kantin, mushola, tempat sampah, dan jalan yang memadai sehingga memudahkan para pengunjung untuk mencapai lokasi air terjun tersebut sehingga diharapkan para pengunjung sehingga diharapkan pengunjung menjadi nyaman namun ada beberapa masalah yaitu kurangnya kunjungan dari wisatawan sehingga setelah berkoordinasi dengan kelurahan kami pun melakukan beberapa dokumentasi dan akan di promosikan sehingga diharapkan wisata air terjun batu putuk akan menjadi ramai kembali sehingga dapat memutar ekonomi warga.

Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat

1) Faktor Pendukung

Adapun faktor-faktor yang mendukung demi kelancaran dan keberhasilan program kerja ini adalah:

- a) Adanya kerjasama yang baik diantara pihak pengelola tempat dan anggota tim, mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan kegiatan ini.
- b) Keindahan alam dan kearifan lokal yang dimiliki daerah masih dapat diolah dengan semaksimal mungkin.
- c) Keramahan dan keterbukaan pihak pengelola, aparatur kelurahan, dan warga setempat pada kegiatan promosi pariwisata yang ada.
- d) Cukup memadainya sarana dan prasarana berupa alat dan bahan kegiatan berupa laptop, hp, dan kendaraan.



2) Faktor Penghambat

Masih sedikitnya wisatawan yang berkunjung dan tempat wisata yang tidak terpelihara. Hal ini dikarenakan tidak diperbolehkan berkerumunan atau kumpul di satu tempat dengan banyak peserta karena dikhawatirkan dapat meningkatkan penyebaran COVID-19. Sehingga mengurangi pendapatan tempat wisata untuk membangun dan mengolah tempat wisatanya Kembali.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dari kegiatan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa :

- 1) Dengan memanfaatkan media sosial dan pemberhentian Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) terjadi peningkatan pada beberapa tempat wisata yang ada di Kelurahan Batu Putuk.
- 2) Meningkatnya pemahaman masyarakat terhadap kearifan lokal yang dimiliki Kelurahan Batu Putuk.
- 3) Masyarakat mulai mempunyai sikap peduli lingkungan untuk menjaga keindahan alam yang ada di Kelurahan Batu Putuk.
- 4) Telah terbuat dan terpublikasinya video promosi untuk peningkatan daya tarik wisatawan untuk berkunjung.

Ucapan Terima Kasih

Puji syukur kepada Allah SWT yang senantiasa kami panjatkan karena hanya dengan rahmat dan hidayah-Nya kami dapat menyelesaikan pengabdian ini. Kami juga banyak mendapatkan dukungan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga, dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan yang baik ini kami mengucapkan terima kasih kepada:

- a) Universitas Lampung
- b) BPKKN Universitas Lampung
- c) Dosen KDPL Mahasiswa Universitas Lampung
- d) Dosen DPL Mahasiswa Universitas Lampung
- e) Kepala Desa Gedung Harapan Kec. Jati Agung Lampung Selatan
- f) Masyarakat Desa Gedung Harapan Kec. Jati Agung Lampung Selatan

Semoga amal dan kebaikan yang diberikan kepada kami akan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Aamiin.



Daftar Pustaka

- Andhika, A. (2020). Penggunaan video promosi wisata melalui YouTube untuk meningkatkan daya tarik wisatawan ke Provinsi Kalimantan Selatan. *Jurnal Mutakallimin: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2).
- Asri, N., & Nursyah. (2018). Pelatihan pemanfaatan media sosial untuk promosi pariwisata dan potensi kearifan lokal di Pantai Sayang Heulang Kabupaten Garut. Universitas Padjadjaran.
- Kusuma, S. S., Hamdani, D., Nugraha, D., Nurhayati, Y., & Ramdhan, R. F. (2020). Pendampingan dan pembuatan video profil untuk promosi wisata Desa Cisantana Kabupaten Kuningan. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 81–88.
- Larichy, R. (2020). Perancangan video promosi desa wisata Conto sebagai upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan (Skripsi/TA). Universitas Dinamika.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi (Studi deskriptif pada Happy Go Lucky House). Universitas Telkom.
- Risman, A., Wibhawa, B., & Fedryansyah, M. (2016). Kontribusi pariwisata terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat Indonesia. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1).
- Susyanti, D. W., & Latianingsih, N. (2014). Potensi desa melalui pariwisata pedesaan. *Epigram*, 11(1).
- Sinulingga, S., Pardosi, J., Bangun, N., & Siahaan, H. (2020). Pembuatan film wisata sebagai media promosi pariwisata di Desa Rumah Galuh Kabupaten Langkat. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*. <https://doi.org/10.24843>
- Wati, W. (2011). Studi menurunnya jumlah wisatawan yang berkunjung di Taman Bumi Kedaton Bandar Lampung tahun 2011. Universitas Lampung.
- Wicaksana, R. B. S., & Purwanto, A. (2014). Pembuatan video profil tempat wisata unggulan di Klaten sebagai media promosi. *Data Manajemen dan Teknologi Informasi (DASI)*, 15(3), 37.