
Penguatan Minat Kunjungan Wisatawan dan Media Promosi melalui Media Sosial di Taman Wisata Sokosewu Sukorejo Ponorogo

Fanny Safrian¹, Teguh Ansori², Syamsul Wathoni³

¹ Institut Agama Islam Sunan Giri (INSURI) Ponorogo, Indonesia

² Institut Agama Islam Sunan Giri (INSURI) Ponorogo, Indonesia

³ Institut Agama Islam Sunan Giri (INSURI) Ponorogo, Indonesia

Abstract

This article discusses the use of social media as an effective promotional tool in Sokosewu Park's modern marketing strategy. The main aim of this article is to explore how social media can be used to increase name visibility, expand audience reach, and encourage deeper interactions with Sokosewu Park tourists. The method used in this research is the Asset Based Community Development (ABCD) method which prioritizes the utilization of assets and potential that exist around Sokosewu Park and are owned by the community. To then be used as material that empowers Sokosewu Park and the community itself. The research results show that strategic use of social media can significantly increase audience reach and tourist engagement. An integrated campaign with high-quality content and the right platform selection results in a significant increase in tourist destination recognition and tourist response. These findings confirm that social media, when used appropriately, is a powerful promotional tool that can support marketing objectives and strengthen relationships with target audiences.

Keywords

Social media, potential, Sokosewu Park.

Corresponding Author

Fanny Safrian

Institut Agama Islam Sunan Giri (INSURI) Ponorogo, Indonesia; kangrian322@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Media sosial merupakan suatu label yang merujuk pada teknologi digital yang berpotensi membuat semua orang untuk saling terhubung dan melakukan interaksi, produksi, dan berbagi pesan (B.K. Lewis, 2010). Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2024, jumlah pengguna internet Indonesia mencapai 221 juta jiwa dari total populasi 278 juta jiwa penduduk Indonesia. Media sosial bisa diartikan sebagai platform online di mana penggunanya dapat dengan mudah terlibat. Terlibat dalam hal ini berarti seseorang bisa dengan mudah membagikan informasi, membuat konten atau materi yang ingin disampaikan kepada orang lain, memberikan komentar, dan lain-lain.

Media sosial juga berperan dalam membangun *personal branding* (Puntoadi, 2011). Dalam industri pariwisata, media sosial sangat penting bagi pemangku kepentingan pariwisata. Media sosial berperan sebagai motor penggerak promosi destinasi wisata. Mempromosikan destinasi

wisata melalui media sosial dapat memberikan informasi detail kepada calon wisatawan tentang destinasi wisata tersebut sehingga bisa menarik minat berkunjung wisatawan. Minat berkunjung merupakan keinginan untuk melakukan kunjungan atau membeli suatu produk atau jasa (Annafik dan Rahardjo, 2012).

Dalam konteks ini, media sosial berfungsi sebagai alat promosi yang cepat dan mudah untuk menyebarkan informasi kepada pengguna yang mencari informasi tentang tempat wisata. Semakin banyak pengikut sebuah akun media sosial, semakin positif dampaknya terhadap perkembangan pariwisata tersebut. Hal ini akan membuat destinasi wisata lebih dikenal di berbagai daerah, bahkan mungkin sampai ke tingkat internasional. Jawa Timur mempunyai banyak destinasi wisata yang banyak dikunjungi wisatawan. Salah satunya adalah wilayah Ponorogo yang memiliki banyak destinasi wisata. Dalam penelitian ini peneliti mengambil lokasi penelitian di destinasi Taman Sokosewu yang berlokasi di Desa Sukorejo Kabupaten Ponorogo. Nama Sokosewu diberikan oleh orang terdahulu karena di lokasi tersebut terdapat banyak pohon Asoka yang diyakini berjumlah sewu (seribu) pohon. Di tengah taman terdapat pohon besar yang konon merupakan tempat singgah Pangeran Diponegoro. Selain ada pohon besar, di tengah Sokosewu juga ada Linggayoni, yaitu alat menumbuk kuno yang ditemukan di Ponorogo yang juga disebut alu atau lumpang. Taman Sokosewu memiliki potensi yang menarik wisatawan untuk berkunjung ke destinasi ini.

Taman Sokosewu menyuguhkan keindahan dan keasrian dari pohon-pohon yang berada di dalamnya. Ada beberapa satwa yang hidup bebas di taman Sokosewu seperti burung Dara dan burung Perkutut Jawa. Selain itu disediakan beberapa spot foto sebagai pelengkap destinasi tersebut. Taman Sokosewu juga menyediakan beberapa fasilitas seperti wisatawan bisa melakukan kegiatan alam, anak-anak bisa bermain wahana seperti ayunan dan seluncuran serta menikmati makanan yang berada di warung Taman. Daya tarik wisata ini mulai dikenal ketika ada beberapa kelompok yang meneliti dan meng-*uplode* ke situs *website* tentang Taman Sokosewu. Dari hasil wawancara peneliti dengan perangkat desa yaitu Bapak Agung, beliau mengatakan bahwa jumlah kunjungan wisatawan tiap tahunnya mengalami perubahan. Jumlah kunjungan terbanyak yaitu pada tahun 2019 bulan Januari sebanyak 1500 pengunjung, sedangkan pada tahun 2020 tingkat kunjungan wisatawan ke Taman Sokosewu mengalami penurunan dikarenakan adanya pandemi *COVID 19*. Bapak Agung melakukan berbagai cara untuk mempromosikan destinasinya di masa pandemi *COVID 19*. Bapak Agung memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan destinasinya dengan memposting video, foto, hashtag, di akun media sosial Taman Sokosewu.

Dari data yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa potensi media sosial sangat penting untuk mempromosikan wisata Taman Sokosewu. Meskipun akun resmi tempat wisata tersebut belum memiliki banyak pengikut, dukungan dari pengunjung yang secara sukarela mempromosikan

keindahan alam tempat wisata tersebut memberikan dampak positif. Meskipun promosi ini berupa dokumentasi dari pengunjung, hal ini tetap berkontribusi secara tidak langsung terhadap perkembangan dan visibilitas wisata Taman Sokosewu.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan Asset Based Community Development (ABCD) yang mengutamakan pemanfaatan aset yang ada pada lingkungan tersebut. Secara terminologi metode (ABCD) adalah pendekatan pemberdayaan masyarakat yang berfokus pada pemanfaatan aset dan potensi yang dimiliki oleh komunitas untuk meningkatkan kualitas hidup mereka. Dalam konteks ini, aset merujuk pada segala potensi yang dimiliki oleh masyarakat itu sendiri. Komunitas dapat memanfaatkan potensi dan kekuatan ini sebagai alat efektif dalam menjalankan program pemberdayaan. Metode ABCD tidak hanya menargetkan kelompok rentan dan marginal, tetapi juga melibatkan seluruh elemen masyarakat yang memiliki potensi dan kekuatan positif. Berbeda dari pendekatan lain yang umumnya lebih menekankan pada masalah dan kebutuhan komunitas, metode ini berfokus pada kekuatan dan peluang yang ada. Proses riset metode (ABCD) meliputi 5 tahap, yaitu:

a. Discovery

Menemukan kembali kesuksesan dilakukan melalui percakapan atau wawancara, yang harus menghasilkan penemuan pribadi mengenai kontribusi individu yang memberikan makna pada suatu kegiatan atau usaha. Pada tahap discovery, tanggung jawab untuk perubahan dipindahkan kepada individu atau entitas lokal yang terlibat dalam perubahan tersebut. Dalam langkah ini, pendamping melakukan wawancara dengan Kepala Desa Sukorejo untuk mengeksplorasi aset yang dimiliki serta masalah yang dihadapi.

b. Dream

Tahap kedua adalah membangkitkan mimpi dan harapan dalam diri setiap anggota masyarakat. Pada tahap ini, ajaklah masyarakat untuk membayangkan dan mengungkapkan mimpi serta keinginan mereka dalam mengembangkan Taman Sokosewu. Dorong mereka untuk tidak takut bermimpi, karena banyak hal besar di dunia ini berawal dari mimpi dan harapan. Selanjutnya, mimpi-mimpi tersebut perlu diabadikan dalam suatu media agar tetap melekat di ingatan masyarakat.

c. Design

Pada tahap berikutnya, mulailah merumuskan strategi, proses, dan sistem, serta membuat keputusan dan mengembangkan kolaborasi untuk mendukung terwujudnya perubahan yang diinginkan. Pada tahap ini, semua hal positif dari masa lalu diubah menjadi kekuatan untuk mencapai perubahan yang diharapkan.

d. Define

Setelah masyarakat menemukan mimpi bersama mereka, menerjemahkannya, dan merancang langkah-langkah untuk mewujudkannya, saatnya untuk menggalang aset dan kekuatan yang telah diidentifikasi di awal guna mencapai mimpi tersebut. Pada tahap ini, masyarakat didorong untuk mengidentifikasi dan mengeksplorasi potensi yang dimiliki oleh setiap individu, kelompok, atau sumber daya dalam komunitas mereka. Sumber daya ini meliputi aset manusia, sumber daya alam, infrastruktur, budaya, dan sosial. Aset dan kekuatan tersebut kemudian diorganisir dan diarahkan untuk mencapai tujuan bersama yaitu mengembangkan Taman Sokosewu agar menjadi destinasi wisata yang banyak dikunjungi wisatawan.

e. Destiny

Tahap terakhir dalam metode ABCD adalah memastikan bahwa semua rencana dan persiapan yang telah dibuat sejak awal benar-benar dilaksanakan. Tahap ini sangat krusial karena keberhasilan program ini sangat bergantung pada pelaksanaan tahap ini. Jika masyarakat benar-benar melaksanakan rencana mereka, maka mimpi yang telah dibangun sejak awal akan dapat terwujud. Keberhasilan pada tahap destinasi ini mencerminkan pencapaian dari tahapan-tahapan sebelumnya. Ketika masyarakat berhasil mengidentifikasi kekuatan dan berkolaborasi dengan efektif, mereka sebenarnya sedang menghadapi tantangan dan berada pada jalur yang tepat untuk mewujudkan mimpi dan harapan mereka.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Singkat Berdirinya Wisata Taman Sokosewu

Terletak di Kecamatan Sukorejo, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur, Sokosewu adalah objek wisata sejarah yang menyimpan jejak peradaban kuno di Bumi Reog. Diperkirakan sudah ada sejak tahun 1825-1830, Sokosewu menyimpan sejarah penting tentang peradaban Hindu-Buddha dan juga sebagai saksi perjuangan Pangeran Diponegoro. Nama Sokosewu diambil dari banyaknya pohon soko di lokasi ini, yang memberikan kesan seperti hutan kecil di antara pemukiman warga Ponorogo.

Sokosewu adalah area yang dipenuhi dengan pohon-pohon Soko. Masyarakat setempat meyakini bahwa pohon-pohon Soko ini dulunya merupakan tempat untuk menambatkan kuda R. Bathara Katong. Namun, versi lain menyebutkan bahwa keberadaan pohon-pohon tersebut berawal dari patok-patok kayu yang digunakan oleh pasukan berkuda Pangeran Diponegoro.

Dikatakan bahwa Pangeran Diponegoro pernah singgah di Ponorogo untuk beristirahat dan menambatkan kuda-kudanya. Dari sudut pandang historis lainnya, di lokasi ini juga ditemukan beberapa peninggalan kuno yang memiliki ciri-ciri sebagai tempat ibadah Hindu dan Buddha.

Peninggalan-peninggalan tersebut terletak di bawah pohon-pohon besar di bagian tengah, sebelah selatan. Sekitar tahun 1950-an, tempat ini digunakan oleh umat Hindu Dharma untuk melaksanakan ritual ibadah dengan membakar dupa, dan beberapa bulan sekali juga digunakan untuk sembahyang. Kebenaran mengenai hal ini dapat dilihat dari sisa-sisa peninggalan seperti yoni, yang berupa lempengan batu dengan dua lubang untuk menempatkan arca, yang oleh masyarakat setempat disebut lumpang, serta batu-batu yang terpendam di tanah.

Ciri-ciri tersebut menunjukkan bahwa tempat ini dulunya merupakan tempat pemujaan Hindu Siwa yang populer pada masa kejayaan Majapahit. Namun, menurut masyarakat setempat, peninggalan sejarah seperti lempengan batu, lumpang, dan alu kini sudah pecah dan rusak. Saat ini, Sokosewu sering dikunjungi oleh masyarakat setempat untuk bersantai, karena tempat ini telah menjadi taman wisata. Penambahan sarana dan prasarana bermain juga meningkatkan daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjungi Taman Sokosewu. Beberapa penjual makanan juga tersedia di lokasi, seperti penjual rujak petis dan es cao (selingkarwilis).

Potensi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Wisata Taman Sokosewu

Potensi media sosial sebagai sarana promosi merupakan alternatif penting di era milenial ini. Dengan media sosial, masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi terkini tanpa harus melihatnya secara langsung. Promosi tempat wisata juga memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan jumlah pengunjung. Pengelola tempat wisata ini memilih beberapa platform media sosial, seperti YouTube dan TikTok, untuk tujuan promosi. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dengan pengelola dan pengunjung objek wisata Taman Sokosewu.

Menurut hasil wawancara dengan Bapak Agung, selaku perangkat desa yang mengelola wisata Taman Sokosewu, media sosial memberikan kontribusi yang signifikan dalam promosi destinasi wisata tersebut. Sebagian besar masyarakat di luar Desa Sukorejo mengetahui lokasi objek wisata Taman Sokosewu melalui akun-akun media sosial. Informasi tersebut bisa berasal dari akun resmi objek wisata Taman Sokosewu maupun dari pengunjung yang memposting di akun media sosial mereka masing-masing. Objek wisata Taman Sokosewu memiliki beberapa akun media sosial, termasuk YouTube dan TikTok.

Bapak Agung menjelaskan bahwa sejak adanya akun media sosial untuk objek wisata Taman Sokosewu, jumlah pengunjung semakin meningkat. Pengelolaan akun media sosial seperti YouTube dan TikTok telah berhasil menarik berbagai jenis wisatawan, baik dari daerah setempat maupun dari provinsi lain. Beliau menyatakan bahwa kekuatan media sosial sangat efektif dalam menarik perhatian pengunjung. Selain itu, pengunjung juga secara sukarela memposting

keindahan alam objek wisata Taman Sokosewu, yang memudahkan calon wisatawan lainnya untuk mengetahui dan tertarik mengunjungi tempat tersebut.

Bapak Agung menjelaskan bahwa sarana dan prasarana di wisata Taman Sokosewu sudah mulai dilengkapi, meskipun masih ada beberapa aspek yang belum sepenuhnya optimal. Namun, pihak pengelola terus berusaha semaksimal mungkin untuk memenuhi kebutuhan sarana dan prasarana. Di dalam Taman tersedia berbagai fasilitas, termasuk pendopo, petilasan, gazebo, dan tempat bermain anak-anak. Selain itu, para wisatawan kini tidak perlu bingung mencari mushola, karena di objek wisata Taman Sokosewu sudah disediakan mushola dan toilet. Berikut adalah daftar fasilitas yang tersedia:

Tabel 1. Daftar Fasilitas Objek Wisata Taman Sokosewu

No.	Fasilitas	Jumlah
1.	Pendopo	1
2.	Gazebo	4
3.	Wahana bermain	7
4.	Musholla	1
5.	Toilet	1
6.	Spot Foto	5
7.	Tempat Parkir	2
8.	Lapangan	1
9.	Warung	4

Upaya Dalam Peningkatan Potensi Generasi Millennial Sebagai Pelaku Media Promosi Wisata Taman Sokosewu

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti, dapat dijelaskan bahwa Objek Wisata Taman Sokosewu adalah destinasi wisata yang masih dalam proses pengembangan dan menggunakan media sosial sebagai sarana promosi untuk meningkatkan jumlah pengunjung. Objek Wisata Taman Sokosewu menyadari bahwa semakin intensif promosi melalui media sosial, semakin besar dampaknya terhadap peningkatan jumlah pengunjung. Dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi, pengunjung dapat lebih mudah memperoleh informasi tentang objek wisata tersebut sebelum mengunjunginya.

Oleh karena itu, pihak pengelola perlu memiliki pemahaman tentang cara menggunakan media sosial sebagai alat promosi wisata. Di era milenial saat ini, generasi muda harus paham perkembangan media digital dan berperan aktif dalam pengembangan wisata alam melalui platform tersebut. Generasi muda di Desa Sukorejo, khususnya Karang Taruna, juga turut berkontribusi dalam meningkatkan potensi wisata alam Taman Sokosewu. Namun, dalam penelitian ini, masih banyak generasi muda di Desa Sukorejo yang belum sepenuhnya menyadari pentingnya media digital di era sekarang.



Gambar 1. Dokumentasi Pribadi Pelatihan Media Digital

Untuk itu, peneliti bersama teman-teman KPM INSURI Ponorogo mengadakan pelatihan media digital untuk mengenalkan pentingnya media digital di era *Society 4.0*. Kegiatan ini berlangsung pada hari Selasa (30/07/2024) di Balai Desa Sukorejo, melibatkan berbagai pihak seperti Pemerintah Desa, Karang Taruna, dan IPNU/IPPNU Desa Sukorejo. Bapak Agung dari Pemerintah Desa Sukorejo menyatakan dukungan penuh terhadap kegiatan ini, karena dianggap sangat bermanfaat dalam meningkatkan wawasan generasi muda mengenai media digital, yang nantinya dapat digunakan untuk mengembangkan Taman Sokosewu.

Keseriusan teman-teman KPM INSURI Ponorogo dalam meningkatkan potensi generasi muda Desa Sukorejo terlihat dari perancangan kegiatan ini, yang menghadirkan pemateri berpengalaman, Bapak Eko Yoga Fathul Kariem, Jurnalis Media NU Online Jawa Timur. Antusiasme generasi muda Desa Sukorejo sangat tinggi, terbukti dari kehadiran mereka dalam pelatihan tersebut. Pelatihan ini diharapkan dapat mendorong generasi muda untuk melakukan inovasi yang bermanfaat bagi pengembangan Desa Sukorejo, khususnya Taman Sokosewu.

4. KESIMPULAN

Perkembangan teknologi yang pesat berdampak pada berbagai sektor, terutama pariwisata. Fitur-fitur yang ditawarkan oleh jejaring sosial, seperti YouTube, TikTok, dan lainnya, banyak digunakan untuk promosi tempat wisata secara online. YouTube dan TikTok dipilih karena fitur-fitur mereka memiliki jangkauan yang sangat luas, sehingga memudahkan promosi tidak hanya kepada warga lokal tetapi juga kepada audiens internasional. Potensi media sosial seperti YouTube dan TikTok memberikan dampak positif bagi pengguna internet, dengan meningkatnya jumlah pengguna kedua platform tersebut dari waktu ke waktu. Hal ini dapat dimanfaatkan sebagai media promosi untuk tempat wisata. Dengan adanya media sosial seperti YouTube, TikTok, dan lainnya, minat pengunjung untuk mengunjungi objek wisata seperti Taman Sokosewu dapat meningkat secara signifikan.

REFERENSI

- Agung, Wawancara Langsung Antara Mahasiswa KPM INSURI Ponorogo, Dengan Agung Selaku Perangkat Desa Dan Pengelola Taman Sokosewu, (Sukorejo: Balai Desa Sukorejo, 2024)
- Anang sugeng cahyono, Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia Cipta Halim, "Tips Praktis: Promosi Online Untuk Berbagai Event, (Jakarta: Penerbit Elex Media Komputindo, 2010)
- J.R. Raco, Metode Penelitian Kualitatif: Jemis, Karakteristik Dan Keunggulannya, (Jakarta: PT. Grasindo, 2010)
- Masri Singarimbun dan Sofyan Effendi, Metode Penelitian Survei, (Jakarta: LP3ES, 1089)
- Moh, Nasir, Metode Penelitian, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011)
- Mohammaad Insan Romadhan, "Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Potensi Desa", Jurnal Pengabdian LPPM, Vol 02, No 02, 2017
- Mohammad Insan Romadhan Dan Dewi Sri Andika Rusmana, "Potensi Media Sosial Sebagai Sarana Mendia Promosi Pariwisata Berbasis Partisipan Masyarakat, E-Journal UMSIDA (Universitas Muhammadiyah Sidoarjo), 2017
- Yati Heryati, Potensi Pengembangan Obyek Wisata Nasrulah, Dkk, Pemasaran Pariwisata : Konsep, Perencanaan dan Implementasi, (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2020)