

MEMBUAT FEEDS SOSIAL MEDIA INSTAGRAM SEBAGAI SALAH SATU MEDIA PROMOSI WISATA AGRO LEMBAH KECUBUNG

CREATING INSTAGRAM SOCIAL MEDIA FEEDS AS ONE OF THE MEDIA FOR WISATA AGRO LEMBAH KECUBUNG PROMOTION

Lutvia Febrin Sholekhaningtyas^{1*}, Restu Ismoyo Aji²

¹⁾ Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Email Korespondensi: lutviafebrins05@gmail.com

Abstract

Wisata Agro Lembah Kecubung is the first natural tourist destination in Penanggungan Village, Trawas District, Mojokerto Regency. Lembah Kecubung is taken from the name of a spring which is a resource for the surrounding community. Wisata Agro Lembah Kecubung itself has the theme "The Green Valley Bringing to Life" which applies natural freedom and a healthy environment. The Teaching Campus Competition Program (PKKM) Bina Desa Merdeka Belajar Merdeka Campus from the Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, the Visual Communication Design Study Program (VCD) contributed to designing feeds and creating Instagram social media content as promotional media for the Wisata Agro Lembah Kecubung. The result of the activity is The promotional activities carried out are creating feeds that introduce and explain the concept of Amethyst Valley Agro Tourism, providing information in the form of facilities and rides for Amethyst Valley Agro Tourism, providing information on the operational time of the Amethyst Valley Resto, reels content in the form of an introduction from the tour, introducing the mascot of the Amethyst Valley Agro Tourism, location plans, information about vegetable picking, some funfact of vegetables, menus of Amethyst Valley Resto, food review reels content of Amethyst Valley Resto, reels content of fish therapy rides, scenery reels content in Amethyst Valley Agro Tour, landscape photos with models, mini reels content vlog to Amethyst Valley Agro Tour, and parody reels content in Amethyst Valley Agro Tourism.

Keywords: Water Sources, Environment, Healthy, Agro Tourism, Promotion.

Abstrak

Wisata Agro Lembah Kecubung merupakan destinasi wisata alam pertama di Desa Penanggungan, Kecamatan Trawas, Kabupaten Mojokerto. Lembah Kecubung diambil dari nama sumber mata air yang menjadi sumber daya masyarakat sekitar. Wisata Agro Lembah Kecubung sendiri mempunyai tema “*The Green Valley Bringing to Life*” yang menerapkan kebebasan alam dan lingkungan yang sehat. Program Kompetisi Kampus Mengajar (PKKM) Bina Desa Merdeka Belajar Kampus Merdeka dari Universitas Nasional “Veteran” Jawa Timur Program Studi Desain Komunikasi Visual (DKV) berkontribusi dalam merancang desain feeds dan membuat konten sosial media Instagram sebagai media promosi dari Wisata Agro Lembah Kecubung. Hasil dari kegiatan adalah Kegiatan promosi yang dilakukan adalah membuat *feeds* yang memperkenalkan dan menjelaskan konsep Wisata Agro Lembah Kecubung, memberikam informasi berupa fasilitas dan wahana Wisata Agro Lembah Kecubung, memberikan informasi waktu operasional Resto Lembah Kecubung, konten *reels* berupa pengenalan dari wisata, mengenalkan maskot dari Wisata Agro Lembah Kecubung, denah lokasi, informasi mengenai petik sayur, beberapa *funfact* dari sayuran, menu-menu Resto Lembah Kecubung, konten *reels* review makanan Resto Lembah Kecubung, konten *reels* wahana terapi ikan, konten *reels* pemandangan yang ada di Wisata Agro Lembah Kecubung, foto pemandangan bersama model, konten reels *mini vlog* ke Wisata Agro Lembah Kecubung, dan konten reels parodi di Wisata Agro Lembah Kecubung.

Kata Kunci: Sumber Mata Air, Lingkungan, Sehat, Wisata Agro, Promosi.



Copyright © 2023 **Lutvia Febrin Sholekhaningtyas, Restu Ismoyo Aji**



PENDAHULUAN

Lokasi Bina Desa bertempat di Desa Penanggungan, Kecamatan Trawas, Kabupaten Mojokerto. Trawas merupakan daerah pegunungan di Jawa Timur. Desa Penanggungan merupakan wilayah yang mempunyai banyak destinasi wisata alam dan kuliner. Jumlah penduduk Desa Penanggungan terdiri dari 2.661 jiwa yang dimana terdiri dari 4 dusun yaitu, Dusun Sendang, Dusun Kemendung, Dusun Ngembes, dan Dusun Penanggungan. Sebagian besar mata pencaharian penduduk desa Penanggungan adalah sebagai petani/peternak yang mengingat berada di daerah pegunungan. Daerah yang kiri kanannya dikelilingi oleh lahan dan juga persawahan (Penanggungan, 2013). Desa Penanggungan, Kecamatan Trawas, Kabupaten Mojokerto merupakan desa wisata yang dikelilingi oleh sawah dan lahan perkebunan. Hal tersebut dimanfaatkan masyarakat untuk membangun Wisata Agro Lembah Kecubung yang menjadi destinasi wisata agro pertama di Desa Penanggungan.

Lembah Kecubung diambil dari nama sumber mata air yang dikelilingi oleh bunga kecubung. Wisata Agro Lembah Kecubung mempunyai konsep alam yang menerapkan kebebasan alam dan lingkungan yang sehat. Dengan adanya Wisata Agro Lembah Kecubung ini, mampu meningkatkan kesejahteraan lingkungan dan masyarakat sekitar. Visi dari Wisata Agro Lembah Kecubung adalah terwujudnya kesejahteraan masyarakat, desa yang mandiri, Sumber Daya Manusia berkarakter, dan lingkungan hidup sehat.

Mahasiswa Desain Komunikasi Visual membantu untuk membuat akun serta mendesain *feeds* dan membuat konten sebagai media promosi dari Wisata Agro Lembah Kecubung.

METODE

Jurnal ini mengambil judul “Membuat Feeds Sosial Media Instagram Sebagai Salah Satu Media Promosi Wisata Agro Lembah Kecubung” yang dimana metode pelaksanaan kegiatan yang dilakukan ialah metode kualitatif dan *survey* lapangan. Tahapan awal perancangan diawali dengan pengumpulan data melalui wawancara dan observasi. Setelah hasil terkumpul, menyusun apa saja informasi yang

didapat dan mulai membuat brainstorming sesuai dengan tema dari Wisata Agro Lembah Kecubung “*The Green Valley Bringing To Life*”. Setelah membuat brainstorming, maka mahasiswa melangsungkan proses *shooting* untuk membuat konten yang sudah disusun dan direncanakan sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses perancangan diawali dengan survey ke Tempat Wisata Agro Lembah Kecubung dengan Pak Slamet selaku pengelola tempat wisata. Hasil dari survey dan observasi mendapat hasil berupa informasi mengenai apa saja fasilitas dan wahana yang berada di Wisata Agro Lembah Kecubung. Dalam Wisata Agro Lembah Kecubung terdapat fasilitas berupa, Resto, Tempat Parkir, Toilet beserta Mushola. Wisata Agro Lembah Kecubung sendiri belum memiliki akun sosial media sebagai media promosi.

Media sosial merupakan sebuah sarana atau wadah digunakan untuk mempermudah interaksi diantara sesama pengguna dan mempunyai sifat komunikasi dua arah, media sosial juga sering digunakan untuk membangun citra diri atau profil seseorang, dan juga dapat dimanfaatkan oleh perusahaan sebagai media promosi (Matondang, 2020). Sosial media merupakan tempat, layanan, dan alat bantu yang memungkinkan setiap orang terhubung sehingga dapat mengekspresikan dan berbagi dengan individu lainnya dengan bantuan internet (Ii & Pustaka, 2020). Sosial media adalah cara yang tepat untuk membawa nama Wisata Agro Lembah Kecubung agar dikenali oleh banyak masyarakat lokal maupun masyarakat luar. Pada zaman sangat cepat tersebar melalui media sosial. Hal tersebut sangat membantu dan dapat dimanfaatkan sebagai peluang Wisata Agro Lembah Kecubung dikenal oleh banyak orang.

Membuat *feeds* Instagram untuk mengenalkan tempat wisata, dimulai dari *feeds* yang berisi apa itu Wisata Agro Lembah Kecubung, fasilitas dan wahana yang disediakan, denah lokasi, pengenalan mascot, informasi tentang resto, informasi dari destinasi utama yaitu petik sayur, dan berbagai macam video untuk menunjang pengenalan Wisata Agro Lembah Kecubung.

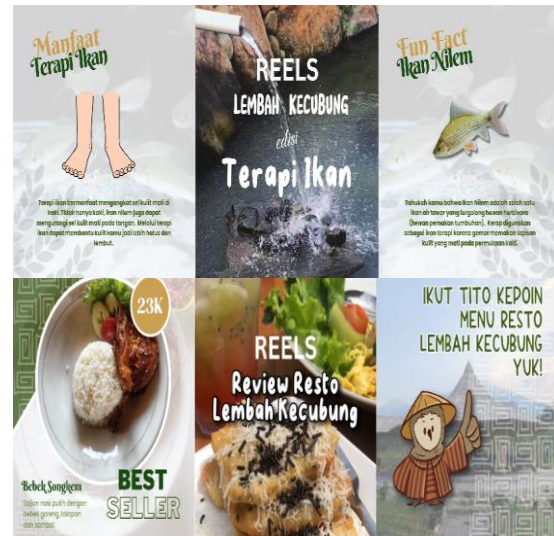
Konsep dari *feeds* Instagram yang dibuat adalah lapak edukasi yang dimana tidak

hanya konten tetapi memuat informasi-informasi mengenai sayuran dan sesuatu yang menonjol seperti terapi ikan. Pemilihan warna yang diterapkan pada feeds instagram adalah hijau. Hijau disimbolkan sebagai alam yang dimana mengambil dari tema Wisata Agro Lembah Kecubung “*The Green Valley Bringing To Life*”. Disetiap feeds edukasi nada supergrafis sebagai penanda dan ciri khas dari Wisata Agro Lembah Kecubung.

Sebelum eksekusi social media, Kelompok Bina Desa di Desa Penanggung melakukan *survey* dan *brainstorming* ide apa yang akan dibuat konten untuk sosial media Instagram. Setelah menentukan ide, mahasiswa mendesain *feeds* menggunakan *software* canva pro. Mahasiswa menggunakan *software* canva pro karena memikirkan untuk kedepannya akun sosial media akan dipegang oleh pihak Wisata Agro Lembah Kecubung yang dimana sudah terdapat beberapa ide konten untuk kedepannya. *Feeds* Instagram berupa pengenalan Wisata Agro Lembah Kecubung mengenai fasilitas dan wahana, informasi resto, pengenalan maskot, denah lokasi, edukasi petik sayur, berbagai *funfact* sayuran, menu resto Wisata Agro Lembah Kecubung, menu *best seller*, dan beberapa foto dari pemandangan Wisata Agro Lembah Kecubung. Mahasiswa juga mengambil video di Wisata Agro Lembah Kecubung untuk dijadikan konten *reels*. Setelah mengambil video, mahasiswa mengedit video menggunakan aplikasi *cap cut*. *Reels* berupa wisata petik sayur, review makanan, wahana terapi ikan, pemandangan Wisata Agro Lembah Kecubung, *mini vlog* ke Wsiata Agro Lembah Kecubung, dan video parodi



Gambar 1. Desain Feeds Instagram Wisata Agro Lembah Kecubung



Gambar 2. Desain Feeds Instagram Wisata Agro Lembah Kecubung



Gambar 2. Desain Feeds Instagram Wisata Agro Lembah Kecubung



Gambar 3. Desain Feeds Instagram Wisata Agro Lembah Kecubung

Pada saat pertama kali memposting *feeds* berupa pengenalan konsep, fasilitas, dan wahana dari Wisata Agro Lembah Kecubung mendapat respon positif di masyarakat. Dengan adanya konten *reels*, *followers* Instagram meningkat sebanyak 95.6%.



Gambar 4. Insights Instagram Wisata Agro Lembah Kecubung

KESIMPULAN

Sosial media Instagram merupakan media promosi yang digunakan untuk memperkenalkan Wisata Agro Lembah Kecubung dan berkomunikasi dengan masyarakat. Untuk mencapai tujuan ini, mahasiswa Desain Komunikasi Visual terus membuat konten secara konsisten. Kegiatan promosi yang dilakukan adalah membuat *feeds* yang memperkenalkan dan menjelaskan konsep Wisata Agro Lembah Kecubung, memberikan informasi berupa fasilitas dan wahana Wisata Agro Lembah Kecubung, memberikan informasi waktu operasional Resto Lembah Kecubung, konten *reels* berupa pengenalan dari wisata, mengenalkan maskot dari Wisata Agro Lembah Kecubung, denah lokasi, informasi mengenai petik sayur, beberapa *funfact* dari sayuran, menu-menu Resto Lembah Kecubung, konten *reels* review makanan Resto Lembah Kecubung, konten *reels* wahana terapi ikan, konten *reels* pemandangan yang ada di Wisata Agro Lembah Kecubung, foto pemandangan

bersama model, konten *reels mini vlog* ke Wisata Agro Lembah Kecubung, dan konten *reels* parodi di Wisata Agro Lembah Kecubung.

Pertama kali memposting *feeds* mengenai pengenalan dari Wisata Agro Lembah Kecubung mendapat respon positif dari masyarakat. Tidak sedikit dari konten kreator yang datang ke Wisata Agro Lembah Kecubung untuk ikut mengontenkan tempat wisata. Hal tersebut dimanfaatkan mahasiswa Desain Komunikasi Visual untuk ikut berkolaborasi dalam media sosial Instagram guna meningkatkan *insight* dari media sosial Instagram. Dengan adanya sosial media Instagram sebagai media promosi membuat Wisata Agro Lembah Kecubung dikenal banyak orang dan menarik perhatian dari pengunjung.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada Bapak Restu Ismojo Aji, S.Sn.,M.A selaku Dosen Pembimbing Program Kompetisi Kuliah Merdeka Bina Desa MBKM Kelompok Desa Wisata Penanggungan, Kecamatan Trawas, Kabupaten Mojokerto Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. Bapak Supriyadi yang menjabat sebagai Kepala Desa Penanggungan, Kecamatan Trawas, Kabupaten Mojokerto. Bu Yunita selaku Pembimbing Lapangan Program Kompetisi Kuliah Merdeka Bina Desa MBKM Desa Penanggungan. Dan Program Kompetisi Kuliah Merdeka yang telah mengadakan program Bina Desa ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ii, B. A. B., & Pustaka, T. (2020). No Title. 12–34.
- Indonesia, T. (2023). No Title. <https://Timesindonesia.Co.Id>.
<https://timesindonesia.co.id/wisata/468889/lembah-kecubung-ekowisata-kampung-organik-brenjonk-mojokerto>
- Matondang, M. (2020). Penerapan Metode Brainstorming Dalam Perancangan Produk POCHADE. E Conference Series 03, 3(2).
<https://doi.org/10.32734/ee.v3i2.1071>

Penanggungan, P. D. (2013). No Title.
<https://Www.Penanggunan-Mjkkab.Desa.Id/Artikel/2013/7/30/Profil-Masyarakat-Desa>.
<https://www.penanggunan-mjkkab.desa.id/artikel/2013/7/30/profil-masyarakat-desa>