

**PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA BUMIWANGI DALAM PROMOSI
PENGEMBANGAN KAWASAN WISATA BUKIT CULA
KECAMATAN CIPARAY KABUPATEN BANDUNG**

Nantia Rena Dewi Munggaran¹, Rodhiyat Fajar Salim²

²Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Langlangbuana Bandung

¹nantiavenus@gmail.com, ²rfajarsalim72@gmail.com

Abstrak

Desa Bumiwangi merupakan desa pemekaran yang sebelumnya tergabung ke Desa Ciheulang berada di Kecamatan Ciparay Kabupaten Bandung. Sebagai desa yang relatif masih muda, belum banyak capaian yang diraih oleh desa ini. Karenanya kepala desa mempunyai misi salah satunya untuk menggali potensi dan sumber pendapatan baru yang dapat dikembangkan guna meningkatkan pendapatan asli daerah. Salah satu upayanya adalah dengan menjadikan desa yang sebelumnya jarang dikunjungi orang menjadi desa wisata. Pemerintah Desa sudah membuat site plan dan mulai membangun berbagai infrastuktur untuk mewujudkan kawasan Bukit Cula Desa Bumiwangi sebagai kawasan wisata desa. Beberapa kali pula Desa Bumiwangi mengadakan festival seni budaya sebagai daya pikat masyarakat luar untuk berkunjung ke wilayah tersebut, namun gaungnya masih belum terasa dan masyarakat luar masih belum terpapar informasi dari berbagai kegiatan yang dilaksanakan. Dari permasalahan tersebut, dibutuhkan publikasi di media massa serta media promosi lainnya. Cara yang dirasa cukup efektif dan tidak memakan biaya yang tinggi adalah dengan pemanfaatan media teknologi komunikasi informasi, seperti mengaktifkan website desa serta menginformasikan desa wisata ini melalui media sosial oleh masyarakat. Untuk itu diperlukan adanya pelatihan dan pendampingan secara komprehensif bagaimana membina hubungan yang baik dengan media massa (media relations), serta bagaimana cara mendesain pesan yang baik dan membuat liputan kegiatan yang nantinya akan disebarakan melalui media digital yang telah ada. Kegiatan ini menghasilkan 4 liputan di koran online, website resmi desa, serta konten warga tentang bukit cula di media social seperti instagram, youtube, facebook, dan twitter.

Kata kunci: Desa Bumiwangi, Bukit Cula, PkM Unla

PENDAHULUAN

Kementerian Desa Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi mengakui, melimpahnya kekayaan dan potensi desa masih belum dimanfaatkan secara maksimal untuk meningkatkan produktivitas ekonomi desa. Salah satu potensi yang belum dimanfaatkan dengan baik adalah potensi wisata desa yang hingga tahun 2018 hanya berjumlah 1.902 atau hanya sekitar 2,5% dari seluruh desa di Indonesia. Sementara kita mengetahui, Indonesia memiliki alam yang sangat indah dan menjadi daya tarik bagi para wisatawan untuk berkunjung ke daerah tersebut. Pemerintah berharap, dengan peningkatan dan pengembangan potensi wisata desa dapat menciptakan lapangan kerja bagi

warga desa, sejalan dengan itu akan meningkat pula pendapatan dan daya beli masyarakat, yang pada akhirnya akan berimbas pada pertumbuhan desa yang semakin tinggi.

Desa Bumiwangi yang terletak di Kecamatan Ciparay Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat merupakan desa hasil pemekaran dari Desa Ciheulang dengan luas wilayah +/- 4,33 km² dan jumlah penduduk 22.356 jiwa. Desa ini berada kurang lebih 18 km sebelah selatan Kota Bandung. Letak geografis Desa Bumiwangi pada ketinggian 718 m di atas permukaan laut mempunyai lokasi yang potensial untuk dijadikan tujuan wisata alam alternatif yaitu Bukit Cula. Bukit Cula ada dalam pengelolaan Pemerintah Desa Bumiwangi, tetapi belum

begitu terekspos ke masyarakat luas. Padahal dengan adanya produk wisata yang ditawarkan dan dikemas dengan baik akan memiliki nilai jual dan memberikan nilai ekonomi. Pada tahun 1980-an, akibat dari pembalakan dan penebangan pohon, Bukit Cula merupakan kawasan bukit berpasir yang gersang. Seiring dengan upaya penghijauan dan berjalannya waktu, kini Bukit Cula sudah mulai menghijau.



Gambar 1. Kawasan Bukit Cula Desa Bumiwangi Kec. Ciparay

Trisanjaya (2019) Kepala Desa Bumiwangi menyatakan bahwa pemerintahan desa berupaya untuk membangun dan menata kembali Bukit Cula untuk pemulihan kawasan konservasi serta menghutankan kembali kawasan Bukit Cula menjadi kawasan yang lebih baik untuk masa kini dan masa yang akan datang. Selain itu Pemdes berupaya menjadikan kawasan Bukit Cula sebagai kawasan wana wisata dan wisata edukasi lingkungan hidup yang di dalamnya terdapat tempat perkemahan, hammocking, tracking mountain bike dan motor trail, area penyemaian, edukasi lingkungan dan seni budaya, hingga area outbond anak. Diharapkan dengan berkembangnya kawasan wisata Bukit Cula yang dijadikan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) ini dapat menaikkan PAD sehingga pertumbuhan perekonomian desa, meningkat, juga menjadi sarana ekspresi masyarakat dalam pengembangan seni budaya daerah.

Pemerintah Desa sudah membuat site

plan dan mulai membangun berbagai infrastruktur untuk mewujudkan kawasan Bukit Cula Desa Bumiwangi sebagai kawasan wisata desa. Pembiayaan pembangunan kawasan ini selain didapat dari swadaya masyarakat, Desa Bumiwangi juga mendapat bantuan dari Pemkab Bandung, Pemprov Jawa Barat, dan Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi melalui program Padat Karya Tunai. Beberapa fasilitas seperti infrastruktur jalan menuju tujuan wisata alam, bumi perkemahan dan hammocking, area Outbond, serta jalur/track mountain bike dan motor trail sudah dikembangkan. Beberapa kali pula Desa Bumiwangi mengadakan festival seni budaya sebagai daya pikat masyarakat luar untuk berkunjung ke wilayah tersebut, namun gaungnya masih belum terasa dan masyarakat luar masih belum terpapar informasi dari berbagai kegiatan yang dilaksanakan.



Gambar 2. Site Plan Pengembangan Kawasan Bukit Cula Desa Bumiwangi

Agar Bukit Cula dapat dijadikan alternatif tujuan wisata, dibutuhkan sinergi yang baik antara pemerintahan desa dan partisipasi warga untuk menuju tujuan tersebut. Di samping itu melalui tridharma perguruan tinggi terutama pengabdian masyarakat, dituntut peran serta akademisi dalam pembangunan desa berupa sumbangan pemikiran dan ilmu untuk meningkatkan potensi sumber daya manusia serta pengembangan potensi lainnya. Sehingga dengan adanya geliat wisata, diharapkan ada kontribusi bagi kemajuan desa secara nilai ekonomis yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

Pemerintahan Desa Bumiwangi dan masyarakatnya menyadari bahwa dengan adanya Bukit Cula sebagai aset untuk pengembangan desa dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Permasalahan yang mereka hadapi untuk pengelolaan Bukit Cula untuk menjadi tujuan wisata. Permasalahan utama yang dihadapi Pemerintahan Desa Bumiwangi yang dibutuhkan solusinya adalah:

1. Lemahnya kemampuan pengelolaan membuat berita atau informasi yang terkait kegiatan atau promosi;
2. Lemah dalam pemanfaatan website dan media sosial untuk promosi wisata.

Solusi dari permasalahan yang dihadapi tersebut adalah dengan memberikan pelatihan dan workshop kepada Pemerintahan Desa Bumiwangi yang mengelola wisata Bukit Cula. Dengan adanya pelatihan ini pengelola wisata Bukit Cula dapat menyampaikan Informasi melalui media website dan sosial media dengan baik, sehingga Wisata Bukit Cula dapat dikenal masyarakat luas dan menjadi tujuan Wisata. Promosi melalui media online atau media sosial diyakini sebagai cara paling efektif untuk memperkenalkan kekayaan budaya dan pariwisata sebuah negara kepada dunia. Media sosial mampu menyebarkan informasi dengan cepat dan daya jangkauan yang luar biasa dibandingkan

dengan media manapun. Penggunaan media sosial tersebut belakangan menjadi banyak diminati oleh masyarakat sebagai sarana untuk berkomunikasi (Nervita, 2016). Malah, pemerintah melalui peraturan menteri dalam Permenpan Nomor 83 tahun 2012 menyatakan bahwa, Penggunaan media sosial telah membentuk dan mendukung cara baru dalam berkomunikasi, berinteraksi, dan berkolaborasi. Media sosial menawarkan cara yang lebih cepat dan tepat untuk berpartisipasi dalam pertukaran informasi melalui daring (dalam jaringan/online) (Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara, 2012).

Solusi permasalahan utama yang dihadapi Pemerintahan Desa Bumiwangi sebagai pengelola adalah:

1. Membuka relasi dan selanjutnya menjaga hubungan baik dengan media massa agar desa dan kawasan Bukit Cula dapat terangkat melalui publisitas di media massa.
2. Meningkatkan kemampuan pengelolaan membuat berita atau informasi yang terkait kegiatan atau promosi.
3. Meningkatkan pemanfaatan website dan media sosial untuk promosi wisata.

Permasalahan yang ditangani meliputi bagaimana menjalin dan membuka hubungan yang baik dengan media massa, karena pada dasarnya memiliki hubungan baik dengan organisasi profesi kewartawanan sangat penting untuk memperluas jaringan dengan dunia media massa. Membuka dan memperluas jaringan pada dasarnya merupakan bagian dari upaya untuk membangun hubungan yang baik dengan media massa (Iriantara, 2008)

Di samping itu, diperlukan juga pelatihan bagaimana membuat berita dan konten media sosial yang baik. Pelatihan membuat berita dimaksudkan selain agar masyarakat dapat mengisi konten berita di website resmi desa yang ada, juga agar dapat menulis rilis berita yang baik, yang nantinya akan diberikan kepada media massa.

Dibutuhkan juga bimbingan pembuatan konten media sosial bertujuan agar para peserta dapat membuat konten yang baik, memenuhi etika bermedia sosial, dan menarik, sehingga dapat membantu mempromosikan kawasan Bukit Cula kepada masyarakat luas.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pemberdayaan masyarakat desa Bumiwangi dalam mempromosikan kawasan wisata alam Bukit Cula adalah melakukan upaya publikasi melalui media massa. Seiring dengan hal tersebut, para aparat desa juga dibekali ilmu tentang *media relations*, yang intinya bagaimana cara membangun dan mempertahankan hubungan baik dengan media massa. Melihat permasalahan dari hasil survei, ditemukan bahwa website resmi desa selama ini cenderung pasif dan kurang dimanfaatkan secara maksimal karena kurangnya sumber daya dan aparat desa yang mumpuni untuk mengisi konten berita di website tersebut, maka tim melakukan pelatihan/workshop penulisan berita untuk dijadikan konten dalam website resmi desa.

Selain kegiatan tersebut di atas, dilaksanakan bimbingan kepada kepala

Tabel 1. Masalah, Solusi, dan Metode Pelaksanaan

Masalah	Solusi	Metode
1. Kurang terbinanya hubungan dengan media massa untuk publikasi di media massa	1.1 Pemberian materi <i>Media Relations</i> 1.2 Mengundang wartawan untuk meliput kawasan wisata Bukit Cula	a. Paparan, diskusi, pengawasan, evaluasi b. Menjalin hubungan baik, memperkenalkan kawasan wisata Bukit Cula untuk kemudian diliput oleh wartawan
2. Kurangnya promosi melalui media massa	2.1 Pemberian materi literasi media social	Paparan, diskusi, pengawasan, evaluasi
3. Kelompok Informasi Masyarakat Desa tidak berjalan seperti yang diharapkan	3.1 Pelatihan Penulisan Berita	Teknik Ceramah, diskusi, praktek, pengawasan, evaluasi
4. Wabsite resmi desa kurang termanfaatkan dengan baik	4.1 Pelatihan Pengelolaan Resmi Desa	Teknik Paparan, diskusi, pengawasan, evaluasi <i>Website</i>

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemberian materi terkait *media relations* secara terbatas kepada kepala desa dan beberapa orang staf yang biasa

desa, aparat, dan beberapa masyarakat yang aktif menggunakan media sosial dengan mengarahkan mereka agar konten-konten yang mereka unggah di akun media sosial yang mereka miliki, ikut mempromosikan kawasan Bukit Cula.

Tahap yang terakhir dilakukan evaluasi atas hasil yang telah dicapai oleh peserta pelatihan. Masukan dan perbaikan lebih lanjut dapat dilakukan pada tahap ini. Evaluasi diberikan dengan melihat seberapa efektif hubungan yang dibina dengan media massa dengan mengukur berapa banyak berita-berita terkait desa Bumiwangi, khususnya berita tentang kawasan Bukit Cula di media massa. Di samping itu evaluasi diberikan dengan menilai berita-berita yang dibuat oleh para peserta pelatihan jurnalistik yang kemudian dimuat di website resmi Desa Bumiwangi.

Materi kegiatan pengabdian terdiri atas *media relations*, pengenalan jurnalistik, dan teknik menulis berita dilanjutkan dengan memberikan pelatihan penulisan. Kegiatan lain yang dilakukan adalah berupa pendampingan pembuatan konten-konten untuk mempromosikan kawasan Bukit Cula di media sosial *instagram*, *twitter*, *youtube*, dan *facebook*.

berhubungan dengan pihak luar, termasuk dengan media atau wartawan. Tim juga mengundang beberapa wartawan dari beberapa media *online* untuk datang dan meliput Desa Bumiwangi, khususnya untuk

membuat berita terkait dengan wisata alam kawasan Bukit Cula.

Hasil dari kegiatan ini dimuat 4 berita khusus terkait kawasan Bukit Cula, yaitu Inilah Koran tanggal 16 Juni 2019 berjudul Yuk, Nikmati Indahnya Cekungan Bandung dari Bukit Cula; Arah Destinasi tanggal 5 Juli 2019 berjudul Ada Bukit Cula di Bandung; Metropolis Indonesia tanggal 24 Juli 2019 berjudul Bumiwangi Kembangkan Wisata Bukit Cula, BUMDes Diharapkan Dapat Tingkatkan PAD; dan dara.co.id tanggal 4 November 2019 berjudul Bukit Cula, Bak Perawan Mencari Pinangan (lihat lampiran).



Gambar 3. Liputan Media Online mengenai Kawasan Bukit Cula

Keempat berita tersebut hanya berita yang terkait dengan publisitas kawasan Bukit Cula. Selanjutnya, dari pengamatan yang dilakukan, hubungan antara Desa Bumiwangi dengan media massa lebih terjalin dengan baik, terbukti dengan banyaknya liputan-liputan mengenai kegiatan yang dilaksanakan di Desa Bumiwangi.

Kegiatan lain adalah melakukan pendampingan terhadap para warga yang aktif ber-media sosial di antaranya *facebook*, *instagram*, *youtube*, maupun *twitter*. Dari hasil pendampingan ini beberapa warga secara aktif mengunggah kegiatan-kegiatan yang mereka lakukan di kawasan Bukit Cula ke media sosial. Kegiatan pendampingan ini

secara kontinyu dilakukan hingga akhir pelaksanaan program pengabdian, baik tatap muka langsung maupun konsultasi melalui layanan pesan singkat. Berikut adalah salah satu contoh akun *Instagram* beberapa warga Desa Bumiwangi terkait dengan informasi kegiatan di kawasan Bukit Cula.



Gambar 4. Instagram Warga Terkait Kegiatan di Kawasan Bukit Cula

Seiring dengan berjalannya program PkM yang tim lakukan di Desa Bumiwangi, ditemukan permasalahan lainnya, yaitu kurang termanfaatkannya website resmi desa karena tidak maksimalnya pengelolaan dan kurangnya sumber daya yang kompeten untuk mengisi konten website tersebut terutama konten berita yang seharusnya dapat diunggah secara rutin. Padahal website tersebut bisa dijadikan juga sebagai sarana promosi desa, khususnya publikasi mengenai kawasan Bukit Cula kepada masyarakat luas. Akhirnya disepakati untuk diadakan pelatihan teknik penulisan berita dengan sasaran Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Desa Bumiwangi. Kelompok ini diharapkan dapat berkontribusi memberikan informasi dari masyarakat yang kemudian dijadikan berita yang selanjutnya diunggah di website resmi desa. Pelatihan lainnya berupa teknik pengelolaan website resmi desa itu sendiri, dengan sasaran aparat desa yang bertanggung jawab mengelola website tersebut sehingga nantinya dapat berjalan seperti yang diharapkan.

Pelatihan teknik penulisan berita dilaksanakan dengan metode ceramah, diskusi, dan praktek. Sedangkan pelatihan teknik pengelolaan website dilaksanakan secara terbatas oleh pengelola website resmi

Desa Bumiwangi. Materi yang disampaikan pada pelatihan kedua ini terkait dengan editing berita, teknik mengunggah berita, hingga tata letak pemberitaan. Pelaksanaan pelatihan kedua ini bersifat teknis, pemateri dan peserta langsung praktik pada media penyampaian pesan dan informasi desa Bumiwangi.

KESIMPULAN

Dari kegiatan pemberdayaan masyarakat desa yang dilakukan, seluruh program kegiatan yang dilaksanakan berjalan dengan lancar. Tingkat keberhasilan diukur dengan adanya kesesuaian materi dengan kebutuhan Desa Bumiwangi dalam hal publisitas wisata desa kawasan Bukit Cula; respon positif dari media massa untuk memberitakan wisata desa kawasan Bukit Cula, diharapkan dengan hubungan yang baik antara Desa Bumiwangi dengan media massa dapat meningkatkan keterpaparan informasi bagi masyarakat luas; kesadaran yang baik dari aparat desa dan masyarakat bahwa wisata desa kawasan Bukit Cula perlu dipromosikan melalui website desa maupun akun media sosial yang mereka punya, baik itu Instagram, Twitter, Facebook, Youtube, dan media sosial lainnya; dan peserta pelatihan teknik pengelolaan website resmi Desa Bumiwangi telah memahami sepenuhnya apa yang harus mereka lakukan saat mengisi konten website, terutama saat mengunggah berita-berita yang berkenaan dengan promosi wisata desa kawasan Bukit Cula.

Beberapa hal sebagai saran baik itu untuk peningkatan pemberdayaan masyarakat Desa Bumiwangi maupun untuk kegiatan yang akan datang dalam rangka pengabdian pada masyarakat adalah promosi tidak bisa hanya dilakukan dalam suatu

waktu, tetapi harus dilakukan secara terus menerus melalui berbagai media serta memerlukan strategi khusus agar berjalan dengan efektif; diperlukan juga sinergi dari warga Bumiwangi untuk ikut mempromosikan wisata desa kawasan Bukit Cula, sehingga diharapkan dengan jumlah kunjungan yang tinggi ke kawasan ini dapat meningkatkan pendapatan asli daerah yang nantinya akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat; dan diperlukan rebranding kawasan Bukit Cula dengan berbagai strategi yang komprehensif, diharapkan pada kegiatan program kemitraan masyarakat selanjutnya hal ini dapat terlaksana.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Universitas Langlangbuana melalui Lembaga Pengabdian Masyarakat yang telah memberikan dana untuk membiayai pelaksanaan Program Kemitraan Desa ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Kepala Desa Bumiwangi beserta para jajarannya yang dengan tangan terbuka menerima kami untuk melaksanakan PKM ini.

REFERENSI

- Iriantara, Y. (2008) *Media Relations: Konsep, Pendekatan, dan Praktik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nervita, S. (2016) *Mengoptimalkan Medsos untuk Promosi Pariwisata*. Available at: <https://m.radarbangka.co.id/rubrik/detail/perspektif/13837/mengoptimalkan-medsos-untuk-promosi-pariwisata.html>
- Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara (2012) *Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah*. Indonesia.