

**STRATEGI PROMOSI DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA BUDAYA  
BERBASIS MASYARAKAT DI DESA SANROBONE, KECAMATAN SANROBONE,  
KABUPATEN TAKALAR**

**Rohani Ambo Rappe<sup>1</sup>, Suriadi Mappangara<sup>2</sup>, Marzuki Ukkas<sup>1</sup>, Akhmad Faizal<sup>1</sup>,  
Ratnawati<sup>3</sup> dan Irma Andriani<sup>4</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin

<sup>2</sup>Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Hasanuddin

<sup>3</sup>Universitas Bosowa

<sup>4</sup>Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Hasanuddin

Email: [rohani.amborappe@gmail.com](mailto:rohani.amborappe@gmail.com), HP: 085399279869

**Ringkasan Eksekutif**

Desa Sanrobone merupakan salah satu desa pesisir dengan tingkat pendidikan rendah dan pendapatan yang rendah. Kondisi ini memicu pemanfaatan lahan pesisir yang tidak ramah lingkungan seperti konversi mangrove menjadi tambak, penangkapan tidak ramah lingkungan, dan sanitasi lingkungan yang buruk. Akibatnya terjadi degradasi lingkungan, mangrove makin menipis, daerah tangkapan jauh, dan penurunan biodiversitas. Salah satu solusi yang harus dilakukan adalah mencari mata pencaharian alternatif guna menanggulangi kerusakan lingkungan dan meningkatkan pendapatan masyarakat setempat, salah satu solusi yang sangat memungkinkan adalah pengembangan desa wisata. Desa Sanrobone memiliki potensi wisata budaya yang sangat menjanjikan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat karena didukung dengan keadaan alam, kehidupan masyarakat, dan kondisi sosial budaya, misalnya Wisata Benteng Sanrobone dan Makam Raja-Raja Sanrobone. Objek wisata ini memiliki daya tarik, keunikan dan keindahan panorama bahari. Namun, masih minim pengunjung (wisata domestik maupun manca negara) karena sarana dan prasarana wisata masih sangat terbatas. Sebagai langkah awal untuk mengatasi dan menanggulangi masalah ini adalah melakukan promosi potensi wisata budaya tersebut melalui: 1) sosialisasi terhadap pemerintah Kabupaten Takalar dan masyarakat Desa Sanrobone; 2) peta jalur wisata dan papan informasi desa wisata; 3) video promosi wisata yang disebar di media sosial; 4) informasi melalui media radio dan leaflet. Kegiatan promosi ini bertujuan untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Desa Sanrobone dan menambah lapangan kerja bagi masyarakat sekitar serta tetap melestarikan budaya masyarakat yang ada sehingga sumberdaya alam dapat tetap dikelola secara berkelanjutan.

**Kata kunci:** Sanrobone, wisata budaya, benteng, makam raja, desa wisata

***Executive Summary***

*Sanrobone is a village in Takalar Regency, South Sulawesi, Indonesia with low education and low income, which lead to environmental degradation due to overexploitation of its natural resources, such as over-conversion of mangrove forests to fishponds, destructive fishing and unmanaged household waste disposal. Nowadays, the mangroves area are depleting, fishing ground are far away, and biodiversity are degrading in the area. Therefore, we need to find alternative livelihoods to overcome environmental damage and*

*increase the income of local communities. One solution is the development of tourism. Sanrobone has a potential of cultural tourism, such as Sanrobone Fortress and Sanrobone Kings Cemetery, which can be promoted and developed in order to improve the welfare of the community because it is supported by nature, community life, and socio-cultural conditions. However, there are still minimal visitors (domestic and foreign tourists) to the area because tourism facilities and infrastructure are very limited to meet the needs of the tourist. To overcome and reduce this problem, the promotion activities was carried out as a first step, including: 1) socialization of the tourism object to Takalar District government and the Sanrobone community; 2) creating a tourist map and setting up a sign board for tourist; 3) making a promotion video for tourism on social media; 4) promotion of the tourism object via radio and leaflets. This promotional activities aimed to increase the number of tourists visiting Sanrobone village and to increase employment opportunities for the community and to continue preserving the existing community culture so that natural resources can be managed sustainably.*

**Key word:** *Sanrobone, cultural tourism, fortress, king's cemetery, tourist village*

## **A. PENDAHULUAN**

Kabupaten Takalar adalah salah satu dari wilayah penyangga Kota Makassar, dimana Kota Makassar adalah ibukota sekaligus pusat ekonomi Sulawesi Selatan dan kawasan Indonesia Timur. Kabupaten Takalar dapat bernilai positif secara ekonomis, jika Kabupaten Takalar dapat mengantisipasi dengan baik kejenuhan perkembangan kegiatan industri di Kota Makassar, yaitu dengan menyediakan lahan alternatif pembangunan kawasan industri yang representatif, kondusif, dan strategis. Objek wisata menjadi salah satu prioritas yang akan dikembangkan oleh Pemerintah Daerah Takalar dalam rangka meningkatkan penerimaan pendapatan asli daerah (PAD) [1]. Kabupaten Takalar terdiri dari 9 Kecamatan yang terdiri atas 76 desa dan 24 kelurahan [2].

Kecamatan Sanrobone merupakan kawasan pesisir pantai, dan memiliki lahan yang relatif subur. Wilayah ini berpotensi untuk dikembangkan menjadi kawasan

budidaya perikanan, perkebunan, pertanian, peternakan, dan perdagangan. Ada 3 produk unggulan Kecamatan Sanrobone, yaitu; 1) rumput laut *Gracillaria*, lebih mudah dilakukan jika dibandingkan dengan rumput laut *Eucheuma cottonii*, karena budidayanya di tambak sehingga tidak perlu diikat dan kualitas air dapat dikontrol; 2) padi, data tahun 2011 produksi padi sebanyak 5,33 ton/ha; 3) jagung, data tahun 2011 produksi jagung sebanyak 6,76 ton/ha [3]. Selain itu, Kecamatan Sanrobone juga memiliki potensi pariwisata budaya seperti *Makkam Raja-Raja Sanrobone* dan *Benteng Sanroboneyang* terletak di Desa Sanrobone [4].

Desa Sanrobone merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Sanrobone, dengan luas seluruh wilayah 2.733,06 ha, dimana sebahagian wilayahnya adalah wilayah pesisir dengan ketinggian tanah 22 Mdpl, curah hujan tergolong sedang. Penggunaan lahan didominasi oleh sawah, tambak, dan

permukiman. Jarak Desa Sanrobone ke ibukota kabupaten sekitar 7 km. Wilayah Desa Sanrobone terletak di sebelah utara Desa Tonasa, sebelah timur Desa Banyuanyara, sebelah selatan Desa Laguruda, dan sebelah barat Desa Ujung Baji [5].

Mata pencaharian utama masyarakat Desa Sanrobone terdiri dari petani, buruh tani, Pegawai Negeri Sipil (PNS), petambak, peternak, nelayan, montir, bidan, perawat, dan pengusaha kecil. Khusus untuk wilayah pesisir Desa Sanrobone, pekerjaan pokok masyarakatnya adalah nelayan, petambak, pengolah hasil perikanan, buruh, dan tukang [6]. Tingkat pendidikan masyarakatnya masih tergolong sangat rendah, umumnya masih tamatan Sekolah Dasar (SD) atau Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama (SLTP). Hal ini disebabkan karena fasilitas pendidikan yang tersedia hanya sampai SLTP. Namun dengan adanya Karang Taruna di Desa Sanrobone dapat membantu meningkatkan kualitas pemuda di desa tersebut melalui pelatihan-pelatihan dan pendampingan

## **B. SUMBER INSPIRASI**

Desa wisata didefinisikan secara beragam. Wisata desa adalah suatu bentuk lingkungan yang memiliki ciri khusus, baik alam maupun budaya yang sesuai dengan tuntutan wisatawan, di mana mereka dapat menikmati, mengenal, menghayati dan mempelajari kekhasan desa beserta segala daya tariknya [7].

Desa Sanrobone merupakan salah satu desa wisata yang terletak di wilayah pesisir, dimana umumnya penduduk berprofesi sebagai petambak dan petani. Namun, tingkat pendidikan masih rendah

sehingga belum mampu mengembangkan potensi desa yang ada sebagai mata pencaharian agar dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat. Desa Sanrobone memiliki dua obyek wisata yang unik yang tidak dimiliki oleh desa lain di Kabupaten Takalar, yaitu Benteng Sanrobone dan Makam Raja-raja Sanrobone. Hanya saja daerah obyek wisata masih kurang bersih dan rapi serta pengelolaannya masih sangat minim karena sangat bergantung dari dana pemerintah, akibatnya kurang menarik bagi wisatawan domestik maupun asing. Desa Sanrobone juga merupakan daerah pesisir pantai yang memiliki hutan mangrove. Hanya saja masyarakat lokal masih kurang memahami tentang manfaat hutan mangrove, sehingga masih sering terjadi penebangan liar hutan mangrove yang menyebabkan menipisnya hutan mangrove. Umumnya tambak yang ada hasil konversi hutan mangrove sehingga daya dukung lingkungan tambak juga makin rendah. Akibatnya, terjadi pendangkalan, abrasi, peningkatan kekeruhan air, berkurangnya keanekaragaman, berkurangnya keindahan ekologi pantai, turunnya kualitas air, dan banyak tambak yang tidak dapat berfungsi.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat dilihat bahwa permasalahan prioritas yang bersifat mendesak untuk dilakukan adalah kesadaran masyarakat akan pentingnya sumberdaya pesisir utamanya ekosistem mangrove bagi kehidupan mereka. Dengan adanya kesadaran masyarakat maka dapat mendukung eksisting hutan mangrove yang ada saat ini. Selain itu, perlu dikembangkan wisata mangrove di Desa Sanrobone demi mempertahankan sumberdaya mangrove yang ada saat ini agar tidak habis

dikonversi oleh masyarakat. Selain itu, perlu juga dikembangkan wisata budaya yang telah ada saat ini agar tetap lestari. Dengan demikian, masyarakat dapat secara langsung mengelola desa wisatanya, sehingga berdampak pada pola pikir dan tindakan yang akan selalu menjaga kelestarian budaya serta lingkungan dan menjaga mangrovenya secara berkelanjutan untuk mendapatkan keuntungan finansial sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat setempat. Masyarakat juga akan dirangsang untuk berfikir menghasilkan produk – produk yang bernilai ekonomis serta jasa yang dapat mendukung aktivitas pariwisata. Wisata budaya dapat disinergikan dengan wisata mangrove dan wisata kuliner yang dapat dinikmati oleh pengunjung sehingga masyarakat dapat lebih memperhatikan kelestarian budaya dan lingkungan serta memasarkan produk kuliner unggulan desanya yaitu produk olahan dari hasil tambak.

Salah satu hal yang sangat berpengaruh dalam pengembangan desa wisata adalah promosi yang membutuhkan suatu strategi komunikasi pemasaran yang terumuskan secara komprehensif agar pesan dan informasi mengenai desa wisata ini dapat sampai pada target pengunjung secara efektif dan efisien. Program komunikasi pemasaran sangat erat dan berhubungan dengan adanya perubahan pola konsumsi, teknik promosi, dan persaingan usaha[8]. Dalam industri pariwisata yang berkembang pesat, strategi promosi destinasi wisata semakin penting peranannya karena persaingan semakin tinggi [9].

Dengan menjalin kemitraan antara perguruan tinggi dengan pemerintah Desa

Sanrobone, maka dapat diaplikasikan beberapa hasil riset yang dapat diterapkan untuk memberi solusi pada permasalahan yang ada di desa tersebut. Permasalahan pengelolaan tempat wisata yang belum memadai dan konversi mangrove menjadi lahan tambak dapat diberi solusi dengan pengembangan wisata budaya dan alam sebagai mata pencaharian alternatif.

### C. METODE

#### - Target Kegiatan

Target promosi desa wisata secara langsung diharapkan agar produk wisata yang dipromosikan dapat dikenal oleh masyarakat luas dan sukses dikunjungi oleh wisatawan. Sedangkan target secara tidak langsung adalah:

1. Terwujudnya kegiatan pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pengembangan desa wisata budaya sehingga menjadi kelompok wirausaha baru.
2. Memaksimalkan potensi wisata desa yang disediakan oleh alam dan lingkungan.
3. Meningkatnya kreativitas dan inovasi masyarakat khususnya pemuda desa dalam mengemas dan memasarkan produk wisata sehingga dapat bernilai ekonomi.
4. Meningkatnya wisatawan yang berkunjung ke Desa Sanrobone dari 10 keluarga perbulan menjadi 20 keluarga perbulan

#### - Luaran Kegiatan

Hasil kegiatan penerapan ipteks dalam bentuk promosi kegiatan dalam pengembangan desa wisata budaya maka diharapkan luaran kegiatan, sebagai berikut:

1. Tersedianya data potensi wisata berupa dokumen berisi profil Desa Sanrobone
2. Terbentuknya kelompok pandu wisata alam dan budaya yang beranggotakan 10 orang dan bernama “Kelompok Maraja”. Kelompok ini yang membantu promosi desa wisata agar lebih dikenal secara luas.
3. Terbentuknya media promosi yang efektif dan efisien serta dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat.
4. Terbentuknya kerjasama dengan antara pemerintah, perguruan tinggi, dan pihak swasta sebagai mitra pengembangan desa wisata budaya di Desa Sanrobone.

#### - **Metode Pelaksanaan**

Salah satu strategi yang memiliki peranan penting dalam pengembangan desa wisata adalah promosi. Strategi ini dapat dilakukan melalui:

1. Sosialisasi terhadap pemerintah Kabupaten Takalar dan masyarakat Desa Sanrobone. Hal ini dilakukan dalam bentuk pertemuan sebagai bagian dari pengenalan kegiatan bagi masyarakat desa dan pemerintah setempat.
2. Pembuatan peta jalur wisata dan papan informasi desa wisata. Hal ini dilakukan dalam bentuk pembuatan peta dan titik lokasi wisata yang terdapat di Desa Sanrobone, serta papan informasi sebagai petunjuk lokasi wisata.
3. Pembuatan video promosi wisata yang disebar di media sosial. Hal ini dilakukan dalam bentuk

penyebaran informasi desa wisata melalui media sosial, seperti *facebook* dan *youtube*.

4. Penyebaran informasi melalui media radio dan leaflet. Hal ini dilakukan dalam bentuk wawancara interaktif di radio RRI dan leaflet khusus mengenai “*Wisata Budaya dan Makam Raja Sanrobone*” yang disimpan di Rumah Adat Desa Sanrobone

#### **D. KARYA UTAMA**

##### - **Sosialisasi kegiatan dan Survey Potensi Desa**

Sebelum kegiatan PPDM Wisata Alam dan Budaya dilaksanakan, terlebih dahulu dilakukan sosialisasi kegiatan agar masyarakat dan pemerintah setempat mengerti dan dapat mendukung kegiatan yang akan dilaksanakan di lokasinya. Dalam kegiatan sosialisasi tersebut, dijelaskan tentang jenis-jenis kegiatan PPDM yang akan dilaksanakanselama 3 tahun mendatang serta target kegiatan yang akan dicapai, identifikasi kembali kelompok mitra, bentuk partisipasi yang diharapkan dari kelompok mitra termasuk mempersiapkan sumberdaya manusia yang akan dilatih untuk meningkatkan kualitas produk wisata yang dihasilkan.

Hal lain yang dibutuhkan dalam sosialisasi adalah dukungan pemerintah berupa sarana prasarana untuk mendukung kegiatan desa wisata budaya baik di tingkat pemerintah desa hingga provinsi serta unsur-unsur terkait lainnya, seperti dinas pariwisata, dinas perikanan dan kelautan, dan dharma wanita Kab. Takalar. Kegiatan ini dihadiri oleh Balai Pelestarian Cagar Budaya Sulawesi Selatan, Dinas



Pariwisata Kabupaten Takalar, Dinas Perikanan Kabupaten Takalar, Ketua Dharma Wanita Pemerintah Kabupaten Takalar, Camat Sanrobone, Kepala Desa Sanrobone, tokoh-tokoh masyarakat Desa Sanrobone, dan kelompok masyarakat yang terkait dengan kegiatan yang akan dilaksanakan (Gambar 1).



Gambar 1. Sosialisasi Kegiatan PPDM Wisata Alam dan Budaya di desa Sanrobone

Hal lain yang dilakukan saat sosialisasi adalah diskusi dengan masyarakat setempat mengenai potensi desa yang mereka miliki, khususnya mengenai potensi wisata yang selanjutnya di-ground

*check* sesuai dengan lokasi yang disampaikan oleh masyarakat. Hal ini dilakukan bersama dengan ketua *Kelompok Maraja* agar masyarakat lebih memahami dan lebih aktif berpartisipasi dalam mengembangkan potensi wisata yang ada. Obyek-obyek wisata yang dikunjungi di Desa Sanrobone yaitu (lihat Gambar 2):

1. Benteng Sanrobone
2. Kompleks Makam Raja-Raja Sanrobone
3. Masjid Baitul Maqdis
4. Sumur Tua
5. Batu Palantikan
6. Balla Lompoa
7. Tempat Pembakaran Roti
8. Makam Panca Belong
9. Kompleks Makam Gadong
10. Makam Datuk Mahkota Pagaruyung
11. Makam Tumenanga Riparalakkanna



Gambar 2. Obyek Wisata Budaya di Desa Sanrobone

**- Pembuatan Peta Jalur Wisata Dan Papan Informasi Desa Wisata**

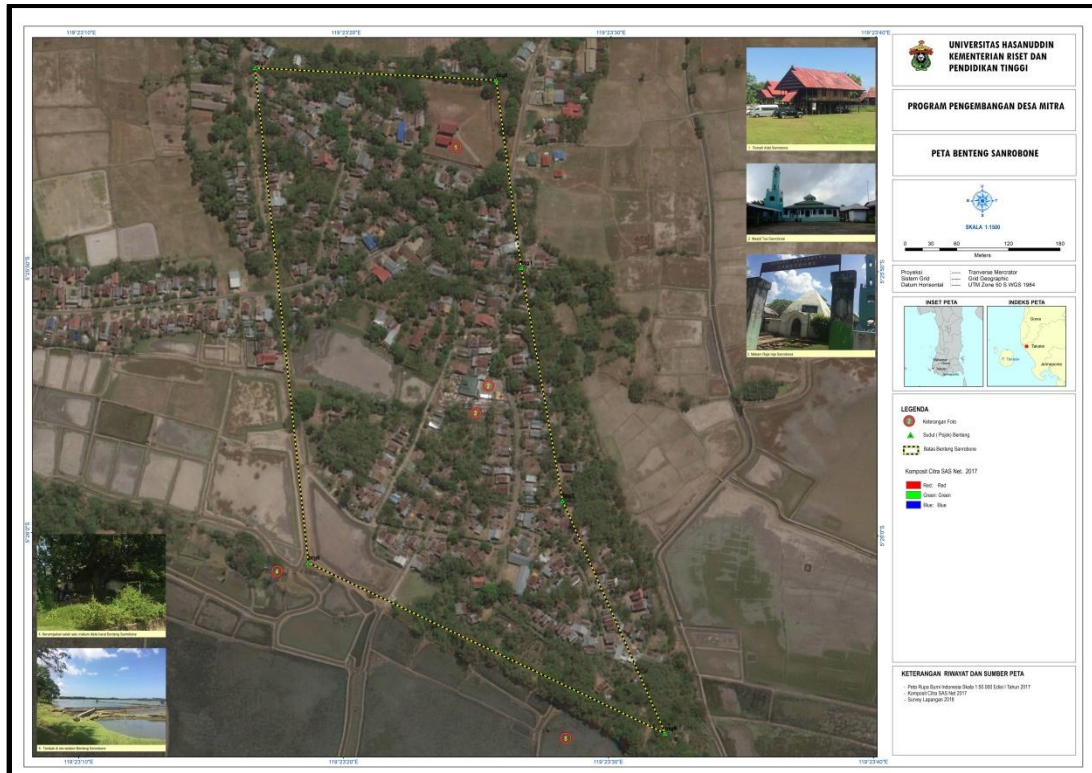
Objek wisata budaya di Desa Sanrobone letaknya cukup tersebar. Beberapa diantaranya memiliki fasilitas yang cukup lengkap serta memiliki akses yang dekat dan mudah, namun beberapa

lainnya tidak terpelihara hingga rusak. Persebaran objek tersebut digambarkan dalam sebuah peta yang dapat membantu para pengunjung mengetahui lokasi-lokasi objek wisata budaya yang terdapat di Desa Sanrobone (Gambar 3). Dalam pembuatan jalur pada peta, dilakukan penggabungan antara jalur eksisting yang biasa digunakan



sebagai jalur wisata saat ini dengan jalur yang direkomendasikan berdasarkan potensi objek wisata. Peta ini juga dapat digunakan oleh masyarakat dalam

menyusun program desa wisata serta wisata pendukung lainnya. Peta yang dibuat mempertimbangkan akses, jarak, serta fasilitas untuk wisata.



Gambar 3. Peta Jalur Wisata Budaya di Desa Sanrobone

Papan informasi merupakan salah satu fasilitas yang sangat membantu wisatawan dalam suatu daerah sehingga fasilitas ini perlu diperhatikan untuk menjaga kepuasan dan kenyamanan wisatawan yang datang. Penyediaan

fasilitas dapat dilakukan oleh pemerintah desa dan masyarakat ataupun bekerjasama dengan pihak luar, termasuk perguruan tinggi. Oleh sebab itu, Desa Sanrobone dibuatkan papan informasi wisata seperti terlihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Papan informasi wisata di Desa Sanrobone



Papan informasi wisata merupakan salah satu bentuk penerapan ipteks yang paling sederhana dalam promosi kegiatan ini yang diharapkan mampu membantu memberi nilai tambah dalam sarana prasarana desa wisata.

#### - Pembuatan Video Untuk Media Sosial

Perkembangan media sosial sebagai media marketing tidak diragukan lagi potensinya. Kini masyarakat banyak tergabung dalam group-group *whatsapp*, *line*, *bbm*, *telegram* dan lainnya. Selain itu juga telah banyak yang memiliki akun *facebook*, *youtube*, *path*, *instagram*, *twitter*, *blog*, dan masih banyak lagi media-media sosial dimana tempat berkumpul dan berbagi informasi dalam dunia maya. Promosi dengan media sosial biasanya berupa pesan text panjang, gambar, dan juga video online. Ini merupakan potensi besar dalam dunia marketing untuk promosi.

#### - Informasi melalui media radio dan leaflet

Radio merupakan salah satu media massa yang cepat dan efisien sebagai media komunikasi pembangunan. Penyebaran informasi tentang desa wisata budaya dilakukan juga di Radio Republik Indonesia (RRI), dengan maksud agar informasi dapat terjangkau hingga ke pelosok-pelosok khususnya di wilayah Provinsi Sulawesi Selatan. Selain disampaikan tentang program kegiatan PPDM Desa Wisata Alam dan Budaya di Sanrobone, juga dilakukan dialog interaktif dengan masyarakat luas pendengar RRI untuk menerima masukan mengenai pengembangan desa wisata di Desa Sanrobone. Dalam program ini, diundang juga Kepala Balai Pelestarian Cagar Budaya Provinsi Sulawesi Selatan agar bisa mendengar masukan masyarakat mengenai wisata budayawan menjelaskan tentang konsep wisata budaya di Provinsi Sulawesi Selatan.



Gambar 6. Penyebaran Informasi di RRI Mengenai Desa Wisata Alam dan Budaya di Desa Sanrobone

Penyebaran informasi lainnya melalui *leaflet* yang merupakan sarana publikasi singkat yang berbentuk selebaran kertas dan berukuran kecil. Biasanya selebaran kertas ini berisikan informasi suatu hal yang perlu disebarkan kepada

khalayak ramai. Pada umumnya *leaflet* terdiri dari 200 sampai 400 karakter atau huruf yang ditata dan disertai gambar untuk mendukung isi *leaflet* tersebut.



Gambar 7. Leaflet Desa Wisata Budaya di Desa Sanrobone

Leaflet ini digunakan untuk mempromosikan desa wisata budaya seperti ulasan mengenai budaya-budaya yang ada di Desa Sanrobone. Leaflet ini juga yang digunakan sebagai petunjuk arah untuk wisatawan yang berkunjung di Desa Sanrobone. Keduanya memberikan informasi yang dibutuhkan oleh wisatawan.

### E. ULASAN KARYA

Langkah awal yang penting dilakukan dalam kegiatan PPDM Wisata Alam dan Budaya Berbasis Masyarakat di Desa Sanrobone adalah strategi promosi. Tujuan promosi desa wisata adalah membangun *awareness*, memberitahu (*informatif*), dan mengingatkan (*remembering*). Promosi memiliki peranan penting dalam pengembangan pariwisata, selain untuk memberikan informasi dalam rangka pemantapan image kepariwisataan guna meningkatkan kunjungan wisatawan, juga menentukan keberhasilan upaya menciptakan permintaan atau tergeraknya wisatawan untuk melakukan perjalanan ke Desa Sanrobone dengan tujuan berwisata. Kegiatan promosi yang dilakukan di Desa Sanrobone, yaitu:

- **Sosialisasi**

Sosialisasi adalah proses sosial yang terjadi pada seseorang untuk mempelajari dan menyesuaikan diri terhadap norma, nilai, perilaku, adat istiadat, dan semua persyaratan lainnya yang diperlukan agar dapat berperan dan berfungsi dalam kelompoknya. Dalam sosialisasi terdapat tiga kegiatan utama yang semuanya saling berhubungan yaitu belajar, penyesuaian diri, dan pengalaman psikologis [10]. Alasan dilakukan sosialisasi adalah: Universitas Hasanuddin tidak mampu bekerja sendiri tanpa dukungan institusi lain yang terkait, persepsi tiap orang berbeda-beda baik dalam sifat, budaya, dan adat istiadat sehingga perlu penyamaan persepsi agar tujuan yang diharapkan dapat tercapai, dan dengan mempelajari nilai, norma, dan peran, maka kegiatan dapat dilakukan dengan baik dalam lingkungan masyarakat tanpa menimbulkan konflik.

- **Peta Jalur Wisata dan Papan Informasi**

Peta jalur wisata adalah suatu penyajian atau gambaran, unsur-unsur, atau kenampakan-

kenampakan abstrak yang ada di permukaan bumi atau benda-benda angkasa, dan pada umumnya digambarkan pada suatu bidang datar dan diperkecil dengan skala. Pada dasarnya peta berfungsi sebagai suatu alat untuk berkomunikasi mengenai kondisi suatu wilayah secara sederhana sehingga informasi yang diberikan menjadi mudah untuk dipahami. Selain sebagai alat berkomunikasi, peta juga dapat berfungsi sebagai alat bantu untuk mempelajari kondisi suatu wilayah tanpa perlu mengunjungi wilayah tersebut [11]. Dengan demikian kita mampu melihat Desa Sanrobone dalam satu papan informasi lengkap dengan jenis wisata dan lokasi tempat wisata tersebut. Sedangkan, papan informasi merupakan bagian dari fasilitas yang setiap saat dibutuhkan oleh wisatawan sebagai informasi arah dan lokasi suatu tempat wisata.

#### - **Video Promosi Melalui Media Sosial**

Video merupakan salah satu cara ampuh untuk melakukan promosi produk wisata, namun membutuhkan anggaran biaya yang banyak. Promosi menggunakan iklan di internet misalnya website dan media social [12]. Saat ini video online mulai digunakan sebagai salah satu cara promosi yang lebih membuatnya dilirik daripada sekedar text panjang atau design gambar. Potensi video online dalam promosi didukung oleh [13]:

- a. Kuota internet yang semakin murah membuat orang semakin lebih konsumsif dalam penggunaan internet. Selain itu, fasilitas wifi gratis sudah banyak disediakan dimana-mana. Mendownload video online dapat dilakukan hanya dalam hitungan detik.
- b. Video online memiliki multi efek baik secara kognitif, afektif, maupun psikomotorik. Pesan dalam video online jauh lebih baik dicerna dibanding audio, tulisan, maupun gambar.
- c. Video online lebih kreatif dalam menuangkan ide yang membuat orang akan tertarik karena ide kreatif tersebut. Produk yang dianggap biasa saja dipasaran akan bertambah nilainya ketika dikemas oleh ide kreatif.
- d. Fasilitas membuat video online semakin mudah. Hanya dengan menggunakan smartphone saja sudah dapat merekam dan mengedit video online sederhana
- e. Menghemat biaya iklan yang besar dengan mengunggah video online dan orang-orang akan dengan sukarela menshare video online yang dianggapnya menarik ke seluruh group-groupnya. Suatu hal yang menarik memang cepat sekali beredarnya di dunia maya. Dalam sehari sudah tidak terhitung lagi orang yang melihat dan menyebarkannya. Bahkan tersimpan di memory



gagdetnya yang dapat mereka putar berkali-kali.

- **Informasi melalui Radio dan Leaflet**

Radio merupakan salah satu lembaga penyiaran yang dibagi dalam tiga jenis, dimana masing-masing jenis memiliki sasaran, sifat, dan fungsi yang berbeda [14]. Salah satu sarana yang digunakan untuk promosi desa wisata budaya di Desa Sanrobone adalah radio RRI karena merupakan sarana tercepat, lebih cepat dari koran ataupun TV, dalam menyampaikan informasi kepada publik tanpa melalui proses yang rumit dan butuh waktu banyak seperti siaran TV atau sajian media cetak. Hanya dengan melalui telepon, reporter radio dapat secara langsung menyampaikan berita atau melaporkan peristiwa yang ada di lapangan. Selain itu, radio dianggap tidak rumit, tidak banyak pernik, baik bagi pengelola maupun pendengar, dan dapat menembus batas-batas geografis, demografis, SARA (suku, agama, ras, antar golongan), dan kelas sosial. Selain itu, radio dianggap fleksible karena siaran radio bisa dinikmati sambil mengerjakan hal lain atau tanpa mengganggu aktivitas yang lain, seperti memasak, mengemudi, belajar, dan membaca koran atau buku [15].

Leaflet dijadikan sarana promosi di Desa Sanrobone agar memudahkan para pengunjung dan masyarakat

yang membacanya serta mudah dibawa kemana-mana, dan mudah mendapatkan informasi utama dari produk wisata yang dipromosikan. Keuntungan leaflet adalah leaflet dapat disimpan hingga dapat dibaca berkali-kali. Informasi yang diberikan juga tidak bertele-tele langsung pada poin intinya saja sehingga memudahkan pembaca mengingat informasi yang diberikan [16].

## F. KESIMPULAN

Berdasarkan ulasan kegiatan PPDM Desa Wisata Alam dan Budaya Berbasis Masyarakat di Desa Sanrobone yang telah dilakukan dengan melihat capaian target kegiatan dalam memecahkan persoalan dan tantangan di lapangan, maka dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan hal yang sangat penting dan sangat dibutuhkan dalam pariwisata, meliputi:

1. Sosialisasi, ditujukan bagi masyarakat dan instansi terkait dengan obyek.
2. Peta jalur wisata dan papan informasi; ditujukan bagi wisatawan yang telah berada di lokasi wisata sebagai penunjuk arah.
3. Video; ditujukan bagi halayak ramai yang mampu mengoperasikan internet atau media sosial, dan utamanya yang memiliki kegemaran rekreasi.
4. Informasi melalui radio dan leaflet; ditujukan bagi masyarakat umum yang tidak membutuhkan biaya yang mahal.

## G. DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN

Indikator kinerja dalam perubahan sosial kelompok mitra adalah kelompok mitra mampu mengelola desa wisata, dimana sebelumnya tidak dikelola sehingga banyak fasilitas yang rusak dan tidak menghasilkan biaya untuk pemeliharaan. Selain itu, anggota kelompok mampu menciptakan lapangan kerja baru dengan memasarkan produk wisata melalui media sosial, dimana sebelumnya media sosial hanya digunakan untuk urusan personal. Indikator perkembangan perekonomian kelompok mitra setelah kegiatan berakhir adalah kelompok mitra mendapatkan penghasilan tambahan selain bertani dan bertambak, yaitu dari sektor pariwisata.

Manfaat kegiatan ini secara umum adalah meningkatkan pendapatan daerah, terbentuknya lapangan kerja, mengurangi pengangguran, dan munculnya usaha baru. Adapun manfaat kegiatan ini secara lingkungan adalah terciptanya pelestarian lingkungan dan budaya karena perhatian masyarakat teralihkan untuk memperbaiki obyek wisata dan melestarikan budaya sehingga tidak mengeksploitasi alam secara besar-besaran. Selain itu, dapat mengurangi tingkat kejahatan di masyarakat atas adanya penampungan tenaga kerja, dan pemenuhan kebutuhan sekunder masyarakat.

## H. DAFTAR PUSTAKA

Anonim. 2013 Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) 2013-2018 Kabupaten Takalar. Takalar.

Atika, D.P. Lubis, dan P.A. Rangkuti. 2017. Tingkat pemenuhan informasi

Petani Melalui Radio Komunitas. Jurnal ASPIKOM, Volume 3 Nomor 3, Juli 2017, hlm 435- 446.

Chandra, Satish dan Menezes, Dennis. 2001. Applications of Multivariate Analysis in International Tourism Research: The Marketing Strategy Perspective of NTOs. Journal of Economic and Social Research, 3(1): 77-98

<http://corongmediagrup.blogspot.co.id/2013/05/potensi-wisata-takalar-belum-dijamah.html>, diunduh tanggal 5 Juni 2017 pukul 05.00

<https://takalarkab.bps.go.id/websiteV2/pdf/publikasi/Kabupaten-Takalar-Dalam-Angka-2016.pdf>, diunduh tanggal 5 Juni 2017 pukul 05.00

<http://coinwisata.blogspot.co.id/2012/07/benteng-sanrobone.html>, diunduh tanggal 5 Juni 2017 pukul 05.00

<http://takalarsanrobone.desa.kemendesa.go.id/pages/detail/58-penduduk-dan-tenaga-kerja>, diunduh tanggal 25 Mei 2017 pukul 14.00

<http://infotakalar.irsyadi.com/btrdtl.php?recordID=17>, diunduh tanggal 5 Juni 2017 pukul 05.00

<http://www.guruips.com/2016/05/pengertian-sosialisasi-tujuan.html> diakses pada tanggal 4 September 2018

<https://zahiraccounting.com/id/blog/potensi-video-online-sebagai-media-promosi/> diakses pada tanggal 4 September 2018

<https://roewhatsupsoe.wordpress.com/2012/10/17/keunggulan-radio-kekurangan-radio/> diakses pada tanggal 4 September 2018

<https://uprint.id/blog/pengertian-leaflet-dan-fungsinya/> diakses pada tanggal 4 September 2018

Rehman, Shakeel Ul. & Ibrahim, M Syed. 2011. Integrated Marketing Communication and Promotion. International Refereed Research Journal, II(4).

- Sahara, S.F. 2017. Pelaksanaan Promosi Melalui Media Cetak Brosur Pada Obyek Wisata Balai Kerapatan Tinggi Kabupaten Siak. JOM FISIP Vol. 4 No.2 – Oktober 2017
- Said, F., A. Wahidiat, D. D. Andayani, Harifuddin, dan R. Salam. 2017. Pengembangan Daya Tarik Wisata Melalui Perancangan Peta Wisata Pantai Berbasis *Google Sketch Up*. Jurnal Pekommas, Vol. 2 No. 2, Oktober 2017: 185 – 192
- Suyanti, Dewi Winarni. 2013. Potensi Desa Melalui Pariwisata Pedesaan. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 12(1): 33-36.

#### **I. PERSANTUNAN**

Ucapan terima kasih terhadap Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi atas bantuan dananya sehingga kegiatan ini bisa terlaksana dengan baik dan tepat sasaran. Terimakasih juga terhadap Universitas Hasanuddin, Universitas Bosowa, Pemerintah Kabupaten Takalar, Balai Pelestarian Cagar Budaya Provinsi Sulawesi Selatan, dan seluruh masyarakat Desa Sanrobone yang telah membantu memfasilitasi kegiatan ini hingga dapat berjalan dengan lancar.