

KONTEN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DESA WISATA TENGANAN DAUH TUKAD DALAM UPAYA MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN PASCA PANDEMI

Ni Wayan Nandaryani¹, Ngurah Adhi Santosa²

^{1,2}Desain Komunikasi Visual, Institut Desain Dan Bisnis Bali
Denpasar, Indonesia

e-mail: anandaryani@std-bali.ac.id¹, adhisantosa@std-bali.ac.id²

INFORMASI ARTIKEL

Received : April, 2022
Accepted : April, 2022
Publish online : Mei, 2022

ABSTRACT

Covid-19 is an infectious disease caused by a virus that was first discovered in China. At the beginning of 2020 this virus had entered Indonesia and caused an economic crisis and paralyzed tourism, especially on the island of Bali. This also has an impact on the Tenganan Dauh Tukad Tourism Village. The closing of entry for foreign tourists to Indonesia also has an impact on reducing the number of tourist visits to Tenganan Dauh Tukad Village. To encourage economic growth so that tourism in the village of Tenganan Dauh Tukad returns to life after the pandemic, a promotional tool is needed that will be used to promote the village of Tenganan Dauh Tukad again. The method used in this research is qualitative with the collection of observational data, documentation and also literature. The theory used to create this media is design theory. The promotional media that is considered effective is Instagram content, seeing the increasing number of Instagram users every year. With the creation of this promotional media, it is will be able to increase the number of foreign and domestic tourist visits to the tourist village of Tenganan Dauh Tukad so that the post-pandemic economy can bounce back.

Keyword : *Instagram content, promotional media, tourist village, Tenganan Dauh Tukad, post-pandemic*

ABSTRAK

Covid-19 merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh virus yang pertama kali ditemukan di China. Pada awal tahun 2020 virus ini telah masuk ke Indonesia dan mengakibatkan krisis ekonomi dan lumpuhnya pariwisata khususnya di pulau Bali. Hal ini juga berdampak pada Desa Wisata Tenganan Dauh Tukad. Dengan ditutupnya akses masuk wisatawan luar ke Indonesia juga berdampak pada berkurangnya jumlah kunjungan wisatawan ke Desa Tenganan Dauh Tukad. Untuk mendorong pertumbuhan ekonomi agar pariwisata di desa Tenganan Dauh Tukad kembali bangkit pascapandemi maka diperlukan sebuah sarana promosi yang akan digunakan untuk mempromosikan kembali desa Tenganan Dauh Tukad. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pengumpulan data observasi, dokumentasi dan juga kepustakaan. Teori yang digunakan untuk menciptakan media ini adalah teori desain. Media promosi yang dirasa

efektif adalah konten instagram, melihat semakin banyaknya pengguna instagram setiap tahunnya. Dengan terciptanya media promosi ini akan mampu meningkatkan kembali jumlah kunjungan wisatawan asing maupun domestik ke desa wisata Tenganan Dauh Tukad sehingga ekonomi pascapandemi bisa bangkit kembali.

Kata Kunci: konten instagram, media promosi, desa wisata, Tenganan Dauh Tukad, pasca pandemi

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan Negara yang menyimpan sejuta pesona dan keindahan. Keindahan alam yang dimiliki Indonesia mendukung perkembangan sektor pariwisata. Pariwisata yang semakin berkembang di Indonesia selain karena keindahan alam, juga karena keanekaragaman budayanya [1]. Di Indonesia kini banyak terdapat bermunculan objek wisata yang dikenal dengan “desa wisata” [2].

Tenganan Dauh Tukad merupakan desa wisata Tenganan yang berada di Kecamatan Manggis, Kabupaten Karangasem. Desa Wisata Tenganan terdiri dari Desa Tenganan Pegringsingan dan Tenganan Dauh Tukad. Kedua desa wisata ini memiliki persamaan dari sisi tradisi dan budaya Bali yang masih sangat kental dan tetap dilaksanakan hingga saat ini. Desa Tenganan merupakan Desa Bali Aga atau Bali Mula.

Keunikan tradisi dan budaya yang dimiliki Desa Tenganan Dauh Tukad membuat banyak wisatawan yang tertarik berkunjung ke sana. Sebelum pandemi pariwisata di Desa Tenganan Dauh Tukad termasuk ramai pengunjung baik dari wisatawan domestik maupun mancanegara. Terlebih lagi saat memasuki sasih kelima atau pada saat acara perang pandan berlangsung, jumlah wisatawan akan semakin meningkat. Namun, sejak awal tahun 2020 ketika covid-19 mulai masuk ke Indonesia mengakibatkan krisis ekonomi dan lumpuhnya pariwisata khususnya di pulau Bali. Hal ini juga berdampak pada Desa Wisata Tenganan Dauh Tukad. Dengan ditutupnya akses masuk wisatawan luar ke Indonesia juga berdampak pada berkurangnya jumlah kunjungan wisatawan ke Desa Tenganan Dauh Tukad. Padahal sebagian besar penduduk Tenganan Dauh Tukad mengandalkan pekerjaan dalam bidang pariwisata. Untuk mendorong pertumbuhan ekonomi agar pariwisata di desa Tenganan Dauh Tukad kembali bangkit pascapandemi maka diperlukan sebuah sarana promosi yang akan digunakan untuk mempromosikan kembali desa Tenganan Dauh

Tukad. Media promosi yang dirasa efektif adalah konten instagram.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang dapat memberikan layanan berbagi foto dan juga video secara online. Di masa kini, sosial media telah berkembang pesat, pengguna sosial media bertambah dari tahun ke tahun [3]. Semenjak diluncurkan dari tahun 2010 hingga saat ini pengguna instagram terus bertambah, khususnya di Indonesia. Instagram terus berkembang sebagai media sosial paling populer di semua kalangan baik remaja maupun dewasa. Berdasarkan data Napoleon Cat, ada 92,53 juta pengguna Instagram di Indonesia pada kuartal IV-2021. Jumlah ini bertambah 3,9 juta atau naik 4,37% dibandingkan kuartal sebelumnya yang sebesar 88,65 juta pengguna. Angka tersebut juga lebih tinggi dibandingkan kuartal yang sama tahun sebelumnya yang sebanyak 83,77 juta pengguna [4].

Melihat dari banyaknya pengguna instagram di Indonesia membuat media ini menjadi efektif digunakan sebagai media promosi. Khususnya sebagai media promosi Desa Wisata Tenganan Dauh Tukad dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan pasca pandemi.

2. METODE PENELITIAN

Tahapan dalam perancangan konten instagram sebagai media promosi Desa Wisata Tenganan Dauh Tukad dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan pasca pandemi meliputi pengumpulan data berupa observasi, dokumentasi dan studi kepustakaan. Observasi dilakukan di Desa Tenganan Dauh Tukad, Kecamatan Manggis, Karangasem. Dokumentasi dilakukan dengan merekam berupa video dan juga foto atau mendokumentasikan kegiatan-kegiatan yang ada di Desa Tenganan Dauh Tukad. Studi kepustakaan adalah suatu metode yang digunakan untuk mendapatkan data yang bersifat teoritis dari beberapa literatur atau bahan bacaan yang dapat di pertanggungjawabkan kebenarannya [5].

Literatur atau bacaan yang digunakan adalah buku-buku yang berkaitan dengan metode penelitian, desain komunikasi visual serta artikel-artikel tentang Tenganan Dauh Tukad.

Setelah data terkumpul maka akan dilanjutkan dengan tahapan perancangan dari media konten instagram, dimana tahapannya terdiri dari : Analisis SWOT untuk mengetahui faktor kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman dari kasus yang akan diangkat, penentuan strategi kreatif, berupa pesan, strategi visual serta gaya visual yang akan digunakan dalam perancangan, menentukan konsep yang digunakan sebagai acuan dalam perancangan serta merancang visualisasi desainnya.

Dalam proses perancangan menggunakan teori desain yang terdiri dari warna, tipografi, ilustrasi, serta teks yang digunakan dalam konten instaram. Strategi yang digunakan dalam postingan konten instagram juga menggunakan teori promosi agar bisa tepat sasaran.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Objek Kasus (Desa Tenganan Dauh Tukad)

Desa Tenganan Dauh Tukad memiliki luas wilayah sekitar 259,025 Hektar. Secara geografis batas-batas desa Tenganan Dauh Tukad adalah sebagai berikut, sebelah utara berbatasan dengan Desa Tenganan Pegringsingan, sebelah selatan berbatasan dengan Desa Sengkidu, batas barat dengan Desa Pekarangan, Ngis, dan sebelah timur berbatasan dengan Desa Pesedahan, Nyuhtebel.

Jumlah penduduk Tenganan Dauh Tukad sekitar 251 Kepala Keluarga (KK), dimana mata pencahariaanya sebagai petani, peternak, tukang, pengrajin, PNS, TNI/Polri dan swasta. Kebanyakan masyarakat Tenganan Dauh Tukad mengelola lahan perkebunan, bekerja di bidang wisata dan juga kerajinan. Desa Tenganan Dauh Tukad memiliki potensi kerajinan berupa anyaman, kerajinan tenun gringsing dan menulis lontar prasi [6]

Desa Tenganan Dauh Tukad merupakan salah satu desa Bali Aga atau Bali Mula yang ada di Bali. Desa Bali Aga atau Bali Mula merupakan desa-desa yang telah ada sebelum Majapahit masuk ke Bali dan masih tetap mempertahankan tradisi serta budaya yang diwariskan nenek moyangnya . Tenganan Dauh Tukad menganut sistem penanggalan yang berbeda dengan sistem penanggalan Bali pada umumnya. Desa ini memiliki beberapa upacara-upacara tersendiri

yang tidak dapat ditemukan di desa-desa lain yang ada di Bali.

Desa Tenganan Dauh Tukad dan Tenganan Pegringsingan memiliki beberapa kesamaan dalam budaya. Salah satunya yang paling dikenal adalah tradisi perang pandan atau "*meget pandan*". Ritual perang pandan dilaksanakan setiap sasih kelima atau bulan kelima dalam perhitungan masyarakat setempat. Upacara *sasih kelima* memiliki rangkaian upacara atau tradisi yang unik diantaranya *nulak damar*, *metekrok*, *daha nyambah*, *kare-karean* atau perang pandan, *ngelus babah*, *daha ngepik* dan *perejangan/ penyuud aci sambah*. Desa Adat Tenganan Dauh Tukad juga memiliki tradisi yang unik yang hanya terdapat di desa tersebut yaitu *mesabat-sabatan biu*. Dilaksanakan setiap sasih ketiga penanggalan desa setempat.

3.2 Perancangan Konten Instagram

Tahap awal yang dilakukan sebelum memulai perancangan konten instagram Desa Wisata Tenganan Dauh Tukad adalah menganalisa kekuatan, kelemahan, ancaman serta peluang yang dimiliki. Adapun analisa tersebut adalah sebagai berikut :

Kekuatan (*Strength*) : Merupakan salah satu Desa Bali Aga yang masih mempertahankan tradisinya. Selain terkenal dengan tradisi perang pandan atau *mekare-kare*, Tenganan Dauh Tukad juga memiliki tradisi yang hanya ada di desa tersebut yaitu *mesabat-sabatan biu*.

Kelemahan (*Weakness*) : Media promosi yang dimiliki masih minim dan tidak *up to date*.

Peluang (*Opportunity*) : Adanya program pemerintah untuk mengembangkan desa wisata, banyak wisatawan yang masih tertarik dengan wisata budaya dan tradisi Bali.

Ancaman (*Threat*) : Banyak desa wisata lain yang lebih gencar promosinya melalui media sosial.

Berdasarkan analisa di atas maka strategi kreatif yang akan digunakan dalam perancangan konten instagram desa wisata Tenganan Dauh Tukad dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan pascapandemi adalah sebagai berikut:

a. Strategi visual

Pada perancangan konten instagram desa wisata Tenganan Dauh Tukad, strategi visual yang akan digunakan yaitu dengan menampilkan ilustrasi berupa ilustrasi fotografi dari tradisi atau budaya yang dimiliki, seperti ilustrasi foto *daha* pada saat

berdandan menggunakan kain gringsing, dan ilustrasi saat perang pandan berlangsung. Komunikasi foto yang dikemas secara kreatif akan dapat mempengaruhi ketertarikan *audience* terhadap sesuatu yang dipromosikan. Selain itu *feed* instagram juga akan didesain dengan ilustrasi seperti kain gringsing dan ditambah dengan logo dari desa wisata Tenganan Dauh Tukad. Adapun unsur-unsur desain yang digunakan adalah :

1. Ilustrasi secara harafiah berarti gambar yang dipergunakan untuk menerangkan atau mengisi sesuatu [8]. Ilustrasi, menggunakan ilustrasi foto-foto kegiatan adat / tradisi desa Tenganan Dauh Tukad, foto suasana desa, serta foto kain gringsing.
2. Warna dapat didefinisikan secara obyektif/fisik sebagai sifat cahaya yang dipancarkan, atau secara subyektif/psikologis sebagai bagian dari pengalaman indera penglihatan [10]. Warna menggunakan warna dominan putih dan cokelat. Warna cokelat yang dipilih adalah warna turunan dari warna kain gringsing agar senada. Warna cokelat juga dapat menimbulkan kesan hangat, klasik dan juga tradisi yang khas.
3. Huruf atau tipografi adalah tanda aksara dalam tata tulis yang merupakan anggota abjad yang melambangkan bunyi bahasa. Huruf sebenarnya dapat ditransformasikan menjadi suatu karya seni, yaitu dengan mengolah bentuk kata atau blok tulisan sesuai fungsi masing-masing sehingga kemudian tercipta suatu bentuk, tekstur yang kemudian dikomunikasikan sebagai pesan, mood, atau berupa gambar hias [9]. Tipografi, menggunakan jenis huruf *sans serif* agar mudah dibaca dan huruf *script* untuk memberikan kesan tradisional.

b. Pesan

Bentuk pesan yang digunakan dalam perancangan konten instagram adalah informatif dan juga persuasif. Pesan akan diaplikasikan dalam pembuatan *caption* dari setiap konten yang dibuat. Selain ilustrasi yang menarik, pengolahan kata

dalam *caption* tentu harus dibuat semenarik mungkin agar mampu menarik minat *audience* yang melihat.

c. Gaya Visual

Gaya visual yang ditampilkan pada perancangan media poster ini adalah gaya klasik dengan kesan tradisional Bali dan lebih menonjolkan ilustrasi fotografi yang diolah kembali dengan program komputer.

d. Konsep

Konsep pada perancangan konten instagram desa wisata Tenganan Dauh Tukad adalah “klasik tradisional”. Kata klasik dalam kamus besar Bahasa Indonesia berarti termasuk dalam kesenian kuno (Anwar,2003:238). Tradisi atau kebiasaan, dalam pengertian yang paling sederhana adalah sesuatu yang telah dilakukan untuk sejak lama dan menjadi bagian dari kehidupan suatu kelompok masyarakat, biasanya dari suatu negara, kebudayaan, waktu, atau agama yang sama. Desain klasik pada umumnya memiliki karakteristik mayoritas penuh dengan hiasan / ornamen, desain cenderung eksklusif, kemampuan atau keterampilan yang digunakan berlandaskan pada tradisi alamiah secara turun-temurun [5].

3.3 Visualisasi Konten Instagram Desa Wisata Tenganan Dauh Tukad

Media sosial Instagram memiliki grid system layout sendiri yaitu rasio 1:1 dengan satu baris terdiri dari tiga postingan [7]. Sehingga dalam tampilan visualisasi instagram akan menyesuaikan dengan format tersebut. Adapun beberapa visualisasi dari konten instagram desa wisata Tenganan Dauh Tukad terdiri dari :

1. Foto Profile

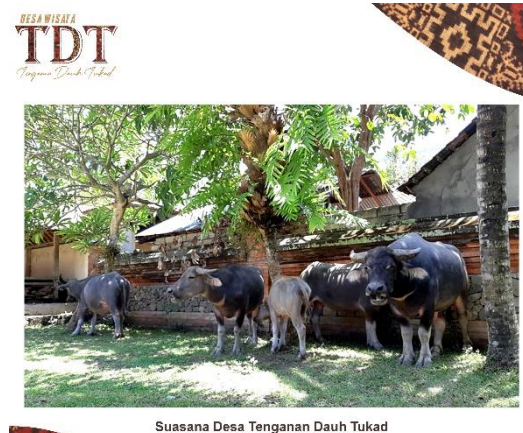


Gambar 1. Foto Profile Instagram Desa Wisata Tenganan Dauh Tukad
(Sumber : Penulis)

Foto *profile* terdiri dari tipografi dari Desa Wisata Tenganan Dauh Tukad menggunakan jenis *font serif*, *sans serif* dan juga *script*. Pemilihan jenis *font serif* dan *sans serif* berfungsi agar tulisan jelas dibaca dan *font script* dapat memberikan kesan tradisi atau anggun. Dalam tulisan TDT dimana merupakan singkatan dari kata Tenganan Dauh Tukad menggunakan motif *lubeng*, salah satu motif dalam kain *gringsing*.

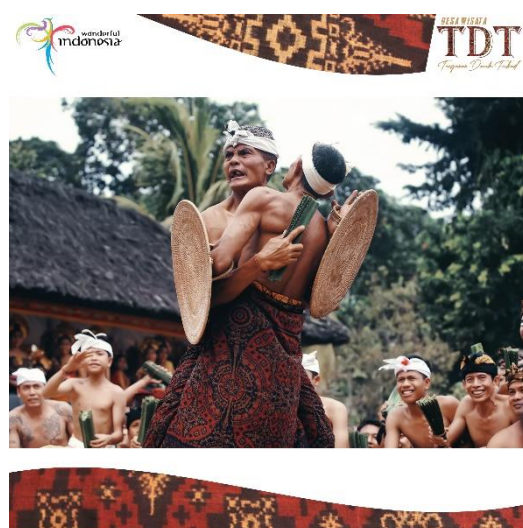
2. Feed Instagram

Beberapa contoh desain postingan *feed* instagram desa wisata Tenganan Dauh Tukad :



Suasana Desa Tenganan Dauh Tukad

Gambar 2. Contoh *Feed* Instagram Desa Wisata Tenganan Dauh Tukad (Sumber : Penulis)



Gambar 3. Contoh *Feed* Instagram Desa Wisata Tenganan Dauh Tukad (Sumber : Penulis)

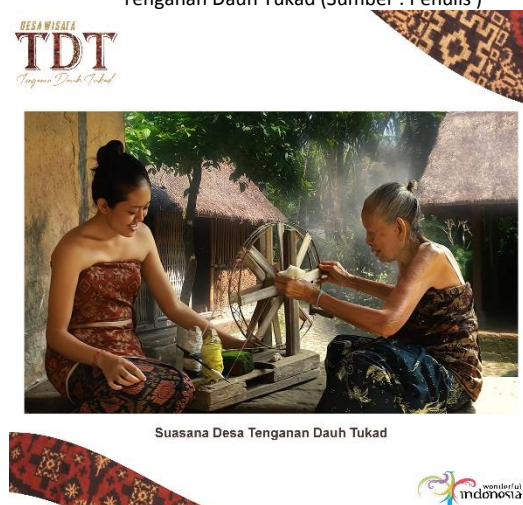


Desa Tenganan Dauh Tukad

Gambar 4. Contoh *Feed* Instagram Desa Wisata Tenganan Dauh Tukad (Sumber : Penulis)



Gambar 5. Contoh *Feed* Instagram Desa Wisata Tenganan Dauh Tukad (Sumber : Penulis)

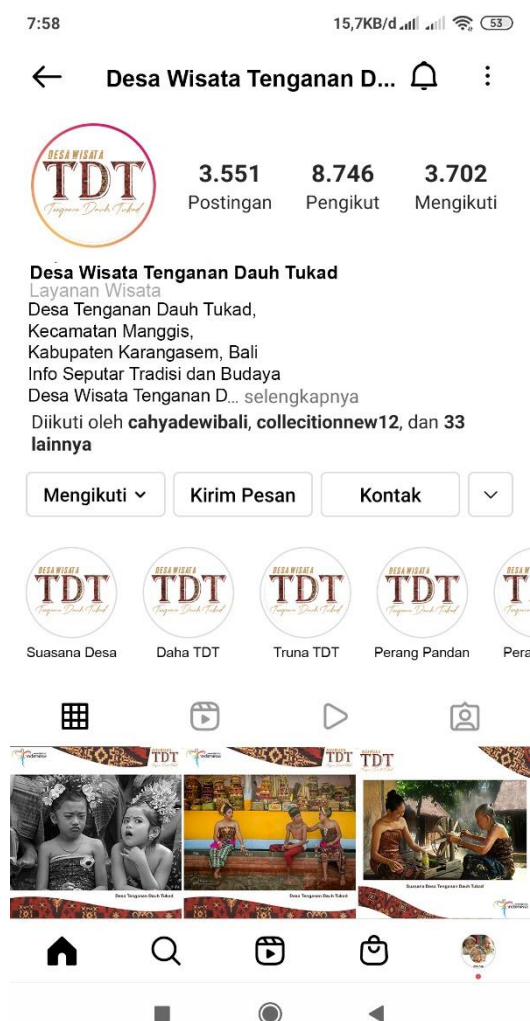


Suasana Desa Tenganan Dauh Tukad

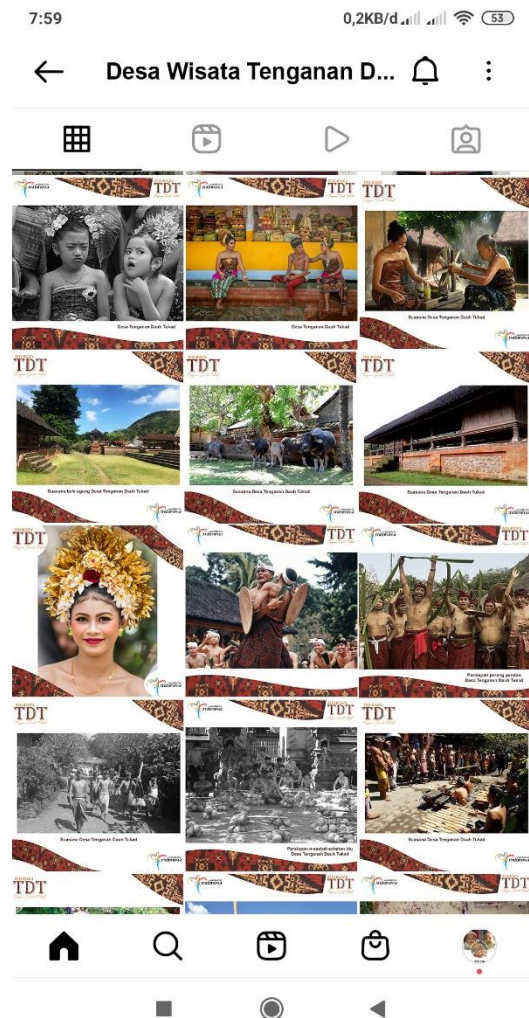
Gambar 6. Contoh *Feed* Instagram Desa Wisata Tenganan Dauh Tukad (Sumber penulis)

Dari beberapa contoh postingan *feed* instagram di atas, menggunakan template yang sama yaitu terdiri dari logo *wonderful* Indonesia agar mencerminkan dari wisata budaya atau desa wisata yang dimiliki Indonesia. Logo desa wisata Tenganan Dauh Tukad sama seperti foto *profile* dari akun instagramnya, dan ornamen berupa kain tenun gringsing yang menjadi kain khas dari desa Tenganan. Hal ini berfungsi untuk memberikan kesan seragam dalam tampilan *feed* instagram.

Berikut merupakan tampilan akun serta beberapa *feed* instagram jika dilihat secara keseluruhan.



Gambar 7. Tampilan akun Instagram Desa Wisata Tenganan Dauh Tukad
(Sumber : Penulis)



Gambar 8. Tampilan beberapa *feed* Instagram Desa Wisata Tenganan Dauh Tukad
(Sumber : Penulis)

Dalam *feed* instagram tidak hanya menampilkan foto saja tetapi juga berupa *caption* yang menarik dan informatif sehingga bisa menarik minat wisatawan berkunjung ke Desa Tenganan Dauh Tukad. Contoh postingan *feed* beserta *caption*nya adalah sebagai berikut:



Gambar 9. Tampilan *feed* Instagram
Desa Wisata Tenganan Dauh Tukad
(Sumber : Penulis)

Caption :

This ceremony also known as Mekaré – karé where the people involved ramming each other with thorny pandan leaves as a symbol of the dedication and offering to Lord Indra, the God of War.

The main tools in this tradition is the shield that is made from bamboo or rattan and pandan leaves. The conductors of this ceremony strangely do not feel pain because of the thorny pandan leaves even though they are bleeding.

Let's go on a trip to Tenganan Dauh Tukad Village!

Upacara ini juga dikenal sebagai Mekaré – karé dimana orang-orang yang terlibat saling bertarung dengan daun pandan berduri sebagai simbol dedikasi dan persembahan kepada Dewa Indra, Dewa Perang. Alat utama dalam tradisi ini adalah tameng yang terbuat dari bambu atau rotan dan daun pandan. Para pelaksana upacara ini anehnya tidak merasakan sakit karena daun pandan yang berduri meski mengeluarkan darah.

Ayo berwisata ke Desa Tenganan Dauh Tukad !

#desawisata

#desawisatatenganan

#desawisatatenganandauhtukad

#wisataindonesia

#ayokedesawisata

#ayoketenganandauhtukad

3. Story Instagram



Gambar 10. Contoh *story* Instagram
Desa Wisata Tenganan Dauh Tukad
(Sumber : Penulis)

Selain konten berupa *feed* instagram, promosi desa wisata Tenganan Dauh Tukad juga bisa dilakukan menggunakan *story*. Penggunaan fitur *story* dalam instagram bisa memancing lebih banyak *followers* untuk bergabung. Desain *story* dalam instagram desa wisata Tenganan Dauh Tukad senada dengan desain *feed* yang digunakan yaitu menggunakan warna dominan

cokelat dan putih untuk memunculkan kesan tradisional, berisi ornamen kain gringsing dan dilengkapi dengan teks yang memberikan informasi tentang tradisi atau kegiatan yang diposting.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa perancangan konten instagram sebagai sarana promosi meningkatkan kunjungan wisatawan ke Desa Tenganan Dauh Tukad sangat diperlukan. Konten instagram terdiri dari foto profile sebagai identitas dari desa wisata Tenganan Dauh Tukad, *feed* serta *story* instagram yang berisikan foto kegiatan serta *caption* informatif agar mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Desa Tenganan Dauh Tukad. Konsep desain yang digunakan adalah klasik tradisional dengan mengaplikasikan unsur-unsur desain berupa ilustrasi, warna, tipografi dan juga teks.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] B. Octovianus, "PERANCANGAN MEDIA PROMOSI DESA WISATA SEJARAH KELOR DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA DESIGN MEDIA PROMOTION VILLAGE TOUR HYSTORY KELOR IN SPECIAL REGION OF YOGYAKARTA."
- [2] K. T. Julianto, R. Febriani, and U. Kristen Petra, "Perancangan Media Promosi Desa Wisata Tulungrejo, Batu." Accessed: Mar. 10, 2022. [Online]. Available: <https://media.neliti.com/media/publications/87243-ID-perancangan-media-promosi-desa-wisata-tu.pdf>
- [3] T. Wibowo, "Perancangan Konten Instagram Pada Indoraya Furniture." [Online]. Available: <http://journal.uib.ac.id/index.php/cbssit>
- [4] Napoleon Cat, "Pengguna Instagram di Indonesia Bertambah 3,9 Juta pada Kuartal IV-2021 Databoks," 2021, Accessed: Feb. 12, 2022. [Online]. Available: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/10/pengguna-instagram-di-indonesia-bertambah-39-juta-pada-kuartal-iv-2021>
- [5] N. W. Nandaryani, "POSTER SEBAGAI MEDIA MEMPERKENALKAN TRADISI PERANG PANDAN DI DESA TENGANAN DAUH TUKAD KARANGASEM," *Prosiding Seminar Nasional Desain dan Arsitektur (SENADA)*, Mar. 2020. <https://eprosiding.idbbali.ac.id/index.php/senada/article/view/300/203> (accessed Dec. 06, 2021).
- [6] Dinas Kebudayaan Kabupaten Karangasem, "Desa Pakraman Tenganan Dauh Tukad – Dinas Kebudayaan", Accessed: Feb. 17, 2022. [Online]. Available: <http://disbud.karangasemkab.go.id/data-budaya/desa-pakraman-tenganan-dauh-tukad/>
- [7] N. A. Ashari and A. S. Patria, "PERANCANGAN KONTEN VISUAL INSTAGRAM TENUN IKAT 'PARADILA' LAMONGAN," *Desain Komunikasi Visual Manajemen Desain dan Periklanan (Demandia)*, vol. 6, no. 2, p. 237, Sep. 2021, doi: 10.25124/demandia.v6i2.3082.
- [8] Kusrianto, Adi. 2006. Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: C.V. ANDI OFFSET
- [9] Pujiriyanto, 2005. *Desain Grafis Komputer*. Yogyakarta : C.V. Andi Offset
- [10] Sanyoto, Sadjiman Ebd. 2005. *Dasar-Dasar Tata Rupa & desain*. Yogyakarta: Penerbit Arti Bumi Intaran.