

## **Pemanfaatan Media Digital Sebagai Promosi Bukit Anjhir Di Desa Kemoneng Trageh Bangkalan**

**Mohammad Arief Wahyudi<sup>1</sup>, Arba Al Fitriatus Sofyan<sup>2</sup>, M.Ubaidillah Eko  
Pratama<sup>3</sup>**

*<sup>1,2,3</sup> STKIP PGRI Bangkalan, Indonesia*

### **Corresponding Author**

**Nama Penulis:** Mohammad Arief Wahyudi

**E-mail:** [arwah74@stkipgri-bkl.ac.id](mailto:arwah74@stkipgri-bkl.ac.id)

### **Abstrak**

*Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat berinteraksi dan mencari informasi, termasuk dalam bidang pariwisata. Pemanfaatan digitalisasi dan promosi menjadi kunci penting bagi pengembangan potensi pariwisata, terutama di daerah pedesaan. Hal tersebut sangat sejalan diterapkan pada wisata Bukit Anjhir di Desa Kemuning yang belum banyak terjangkau dan diketahui oleh masyarakat luas. Digitalisasi di era sekarang akan sangat membantu dalam promosi dan penyebaran informasi secara pesat dengan cara yang sederhana. Berdasarkan observasi yang kami lakukan saat pelaksanaan kegiatan PKM, potensi yang terlihat dari Desa Kemuning ini adalah dengan pengembangan Wisata Bukit Anjhir. Program ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan digitalisasi dan promosi Bukit Anjhir di Desa Kemuning, Kecamatan Tragah, Kabupaten Bangkalan. Promosi digital ini salah satunya bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat khususnya para pemuda sekitar tentang potensi wisata Bukit Anjhir dan menarik minat wisatawan. Namun, terdapat beberapa tantangan seperti keterbatasan infrastruktur yang belum terkelola dengan baik dan kurangnya pemahaman masyarakat tentang pemasaran digital. Dengan demikian perlu adanya upaya tindak lanjut untuk mengatasi tantangan dan meningkatkan efektivitas promosi digital agar dapat memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian lokal dan kesejahteraan masyarakat Desa Kemuning. Hal ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pihak terkait khususnya pemerintah kota Bangkalan agar bisa lebih gencar melakukan pengembangan pada Wisata Bukit Anjhir ini yang memiliki potensi besar bagi warga sekitar dan kota Bangkalan.*

**Kata kunci** - Promosi Digital, Bukit Anjhir, Ekonomi

### **Abstract**

*The development of digital technology has changed the way people interact and seek information, including in tourism. The use of digitalization and promotion is an important key to the development of tourism potential, especially in rural areas. This is very much in line with Bukit Anjhir tourism in Kemoning Village, which has not been widely reached and known by the wider community. Digitalization in the current era will be very helpful in promoting and disseminating information rapidly in a simple way. Based on the observations we made during the implementation of PKM, the potential seen from Kemoning Village is the development of Bukit Anjhir Tourism. Then departing from this, we made a work program "Promotion of Bukit Anjhir Tourism". This program aims to analyze the use of digitalization and promotion of Bukit Anjhir in Kemoning Village, Tragah-Bangkalan. One of the objectives of this digital promotion is to increase public awareness, especially the surrounding youth, about the tourism potential of Bukit Anjhir and attract tourists. However, there are some challenges such as limited infrastructure that has not been well managed and a lack of community understanding of digital marketing. Thus, follow-up efforts are needed to overcome challenges and increase the effectiveness of digital promotion in order to make a greater contribution to the local economy and the welfare of the Kemoning Village community. This is expected to be a reference for related parties, especially Bangkalan government, so that they can more aggressively develop Bukit Anjhir Tourism which has great potential for local residents and the city of Bangkalan.*

**Keywords** - Digital Promotion, Bukit Anjhir, Economy

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

## PENDAHULUAN

Desa kemoneng merupakan wilayah yang kaya akan potensi sumber daya alam yang terletak di Kecamatan Tragah, Kabupaten Bangkalan, Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Dengan lokasinya yang strategis, desa ini memiliki potensi besar untuk terus berkembang, baik dari segi ekonomi maupun pariwisata. Luas desa ini sekitar 112,67 Ha dengan memiliki 4 dusun yaitu dusun Masjid, dusun Ra'as, dusun Sebunter dan dusun Daleman. Desa Kemoneng terdiri dari beberapa dusun kecil yang memiliki tokoh panutan masing-masing, seperti Dusun Kesemen dengan Mbah Begawan, Dusun Bulu dengan Mbah Krenya, dan Dusun Kemoneng yang dipimpin oleh Mbah Jaka Lelana. Meskipun masyarakat pada masa itu hidup sederhana, mereka menjalani kehidupan yang rukun dan damai. Desa Kemoneng berbatasan langsung dengan desa-desa lainnya, baik dengan desa di kecamatan Tragah maupun Kecamatan lainnya di Kabupaten Bangkalan. Batas-batas desanya yaitu sebagai berikut:

1. Utara berbatasan dengan desa Soket Dajah
2. Timur berbatasan dengan desa Soket Laok
3. Selatan berbatasan dengan desa Bringen
4. Barat berbatasan dengan desa Alang-Alang.

Dengan lahan yang subur dan luas, desa ini memiliki tiga komoditas utama yaitu jagung, padi dan kacang, yang menjadi tulang punggung perekonomian masyarakat setempat. Pertanian menjadi sektor utama, didukung oleh kondisi tanah yang cocok untuk budidaya tanaman dan lahan yang sangat luas. Selain itu, desa kemoneng memiliki daya tarik alam berupa Bukit Anjhir, yang menjadi potensi wisata alam. Zebua, 2016 (di dalam Bagus Sanjaya, 2018) mengatakan bahwa desa wisata adalah sebuah kawasan pedesaan yang mempunyai karakteristik khusus untuk menjadi daerah tujuan wisata dengan keunikan fisik maupun kehidupan sosial dan budaya masyarakat setempat sebagai daya tariknya. Antara & Arida, 2015 (di dalam (Benyamin et al., 2021) menyatakan bahwa suatu desa dapat menjadi sebuah Desa Wisata, jika memenuhi kriteria dari sisi (1) atraksi wisata yang mampu disuguhkan; (2) jarak tempuh yang harus dilalui oleh wisatawan; (3) besaran desa yang berkaitan dengan daya dukung desa pada kegiatan pariwisata; (4) sistem kepercayaan dan kemasyarakatan; dan (5) ketersediaan infrastruktur. Atraksi

Bukit ini menawarkan panorama indah yang cocok untuk kegiatan rekreasi seperti trekking, camping, dan fotografi. Potensi ini dapat dikembangkan lebih lanjut menjadi destinasi wisata alam yang menarik wisatawan lokal maupun luar daerah. Salah satu upayanya yaitu pengembangan sektor pariwisata yang diharapkan dapat menarik minat wisatawan, sekaligus mendorong perekonomian dan memiliki peluang besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pengelolaan sumber daya secara terpadu dan berkelanjutan. Mengingat pariwisata adalah salah satu sektor unggulan dalam mendukung perekonomian, keberadaan pariwisata di daerah selain menjadi pemasukan bagi pemerintah juga memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk berinteraksi dan bertransaksi dengan para wisatawan (Suwarso, 2021).

Sejak Covid 19 pada tahun 2019 Bukit Anjhir didesa Kemuning ditutup, hal ini dikarenakan pemerintah desa setempat melarang dan menutup untuk beroperasi supaya menghindari keramaian dan tertularnya virus 19. Semenjak itulah Bukit Anjhir terbelengkalai. Dampak adanya penutupan ini yaitu pada perekonomian masyarakat berkurang khususnya yang memiliki usaha kecil seperti warung di sekitar bukit Anjhir. Tidak adanya penambahan pemasuk pendapatan (*income*) untuk kebutuhan keluarga sehingga mereka hanya fokus pada pertanian saja.

Setelah Covid berlalu pada tahun 2021, maka dari tahun 2022 sampai sekarang tahun 2025 pemerintah desa setempat disamping sudah memberikan ijin untuk beroperasi kembali tetapi tetap sepi tidak ada satupun wisatawan lokal dan luar yang berkunjung. Adapun penyebab utama yang membuat pengelolaan dan pengembangan Wisata Bukit Anjhir kurang:

1. Para pemuda/i yang lebih memilih untuk merantau dibandingkan memaksimalkan potensi wisata desa.

2. Perekonomian masyarakat yang menuntut para masyarakat lebih memilih bekerja/ merantau setelah lulus sekolah dan tidak melanjutkan pendidikan.
3. Kurangnya ide, pemikiran dan kesadaran untuk mengelola serta menjadi penggerak pengembangan wisata Bukit Anjhir.
4. Terbatasnya anggaran desa untuk melakukan pengembangan optimal pada sektor wisata.

Hal ini tentunya tidak mudah untuk menarik kembali wisatawan untuk berkunjung kembali. Sehingga ini menjadi permasalahan pemerintahan desa dan masyarakat setempat agar bisa menarik perhatian kembali para wisatawan tersebut. Mereka berusaha untuk bisa mempromosikan kembali bukit Anjhir sebagai sarana wisata. Guna mewujudkan hal tersebut tentu dibutuhkan berbagai upaya untuk mengkomunikasikan potensi pariwisata yang ada.

Komunikasi membantu pemasaran pariwisata, komunikasi berperan menyiapkan pesan yang harus disampaikan kepada masyarakat atau wisatawan, tentang apa yang seharusnya diketahui oleh wisatawan (Linisari dkk., 2016 di dalam Suwarso, 2021).

Dalam permasalahan tersebut diatas kami selaku pengusul Pengabdian Kepada Masyarakat mengusulkan untuk melaksanakan kegiatan PKM dalam rangka membantu menyelesaikan masalah tersebut. Sebagai pengusul, kami yang beranggotakan 3 orang yang terdiri 2 mahasiswa dan 1 dosen. Dengan adanya kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini diharapkan dapat membantu masyarakat dalam menyelesaikan masalah yang ada khususnya mempromosikan kembali Bukit Anjhir sedia kala dengan memanfaatkan media *digitalisasi* yang ada di jaman sekarang sehingga masyarakat menjadi sejahtera dan bisa menambah pendapatan (*income*) keluarga selain bercocok tanam. Media digitalisasi tersebut bisa berupa Instagram, Facebook ataupun Tiktok pada jaman modern ini. Media ini adalah media komunikasi yang sangat murah dan semua orang bisa menggunakannya.

Menurut Samodra et al., 2019 (di dalam Anindhita et al., 2022), Pemanfaatan media promosi berbasis media digital dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat yang memiliki usaha.

## METODE

Beberapa cara yang kami lakukan dalam melaksanakan Program kegiatan kepada Masyarakat (PKM) dalam menyelesaikan permasalahan tersebut yaitu:

1. Tahapan persiapan:  
Berupa persiapan dan mencari referens dalam pengumpulan data dan survei lapangan/ lokasi secara langsung.
2. Tahapan pelaksanaan:
  - a. Sosialisasi dan berdiskusi dengan lurah, perangkat desa, polisi, koramil dan pihak kecamatan beserta stakeholder yang ada.
  - b. Membuat konsep dalam mempromosikan Bukit Anjhir dengan menggunakan Media digitalisasi berupa Instagram, Facebook, blog ataupun Tiktok.
  - c. Melakukan persiapan alat dan setting area pengambilan gambar dan memproses editing video dan mempublikasikan video bekerjasama dengan akun Instagram @maduraholic.
3. Tahapan penyelesaian:  
Penulis akan fokus pada penulisan laporan kegiatan, publikasi artikel serta pendampingan setelah program kegiatan kepada masyarakat (PKM) selesainya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan observasi di lapangan diperlukan solusi untuk meningkatkan potensi yang ada di Desa Kemoneng. Kami bekerjasama dengan perangkat Desa Kemoneng untuk melaksanakan program "Promosi Wisata Bukit Anjhir" yang dilaksanakan pada Selasa, 20- 25 Januari 2025 dengan mengadakan sosialisasi dan pengambilan video. Selain itu kami menambahkan kelengkapan berupa penunjuk arah menuju Wisata Bukit Anjhir mulai dari depan gapura desa Kemoneng hingga 100 meter

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

menuju lokasi wisata. Hal ini dilakukan dengan tujuan dapat menambah daya tarik wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Bukit Anjhir.



**Gambar 1.**  
Survei lokasi

Pada tahap pelaksanaan ini maka perlu adanya diskusi secara bersama dalam mewujudkan cita-cita untuk mempromosikan Bukit Anjhir yang sebelumnya terbengkalai di karenakan Covid19. Banyak sekali yang diharapkan dalam diskusi tersebut, seperti bagaimana cara menggunakan strategi yang di gunakan untuk mempromosikan Bukit Anjhir. Rozalena dan Dewi, 2016 (di dalam Bagus Sanjaya, 2018) menjelaskan bahwa pengembangan adalah konsekuensi dari hasil pendidikan dan pelatihan untuk memikul tanggungjawab, memperbaiki dan meningkatkan pengetahuan, dan kemampuan. Oleh sebab itu dalam pengembangan desa wisata hendaknya mempertimbangkan lingkungan alam dan sosial, sehingga tidak mengganggu struktur sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat setempat. Strategi tersebut berupa: 1) Sosialisasi kepada masyarakat dengan menggunakan komunikasi baik dan mudah di pahami, 2) Memanfaatkan media digitalisasi untuk saat ini, 3) Pemasangan papan penunjuk arah ke Bukit Anjhir.



**Gambar 2.**  
foto bersama di bukit Anjhir setelah sosialisasi

Setelah melakukan diskusi dalam program sosialisasi, diperoleh beberapa hasil sebagai berikut:

1. Mendorong masyarakat desa untuk lebih kreatif dan inovatif dalam mengelola potensi wisata Bukit Anjhir.

2. Pemanfaatan media digital yang berpengaruh besar untuk menarik lebih banyak wisatawan agar berkunjung ke wisata desa.
3. Pengelolaan yang efektif terhadap potensi alam desa akan berkontribusi pada perputaran ekonomi dan peningkatan pendapatan setiap keluarga di desa tersebut.
4. Diperlukan dukungan dari pihak-pihak terkait untuk menjadikan Wisata Bukit Anjhir sebagai potensi unggulan desa.



**Gambar 3.**

Pemasangan papan penunjuk arah ke Bukit Anjhir

Pemasangan papan petunjuk baru akan sangat membantu wisatawan dalam menemukan jalan menuju bukit Anjhir, mengingat papan petunjuk yang lama sudah tidak berfungsi. Oleh karena itu, diperlukan pembaruan dan pemasangan kembali papan petunjuk tersebut. Jarak dari kota Bangkalan menuju bukit Anjhir cukup jauh, yaitu sekitar 20 km, dan jalan yang menuju desa tersebut memiliki banyak belokan.



**Gambar 4.**

Proses pengambilan video untuk promosi

Hasil dari pengambilan video akan diposting pada media digital di surat kabar, facebook, Instagram, tiktok, blog dan serta bantuan dari pihak kecamatan dengan membuatkan Web Bukit Anjhir desa Kemoneng, Trageh- Bangkalan. Hal ini juga ditegaskan oleh Khatei et al 2019 (di dalam Purba & Irwansyah, 2022) ) yang memaparkan bahwa konten-konten persuasif yang dihasilkan didukung dengan kemampuan pemanfaatan TIK salah satunya melalui media sosial. Media sosial mendukung terjadinya perpindahan dan menghasilkan konten yang dilakukan oleh pengguna berlandaskan

---

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

paham dan teknologi web yang juga dikenal dengan sebutan User Generated Content (UGC) dalam bentuk video, foto, blog, dll (Rusata, 2019 di dalam Purba & Irwansyah, 2022). Keterlibatan User Generated Content dalam hal ini diharapkan mampu menyampaikan pesan atau informasi yang dibutuhkan oleh wisatawan terkait destinasi wisata melalui media sosial

Dengan adanya program ini yang di lakukan oleh pengusul PKM dari STKIP PGRI Bangkalan, di harapkan promosi yang di lakukan dapat membuahkan hasil sehingga Bukit Anjhir bisa beroperasi kembali sedia kala sehingga banyak wisatawan dalam maupun luar datang untuk menikmati wisata alam di desa Kemoneng Trageh Bangkalan. Setelah program selesai dilakukan maka pengusul PKM akan terus melaksanakan pendampingan ke pihak pengelola.

## KESIMPULAN

Sektor pariwisata hanya dapat berkembang melalui sinergi yang efektif antara berbagai pihak, termasuk pemerintah, pelaku usaha swasta, dan masyarakat. Kolaborasi ini harus melibatkan semua bentuk komunikasi yang dapat secara optimal menarik dan mendatangkan wisatawan. Promosi pariwisata memerlukan strategi yang solid serta kerjasama yang erat di antara semua pihak yang terlibat. Dari perspektif masyarakat, peran yang diambil berkaitan dengan kemampuan yang dimiliki dan harus dilakukan secara berkelanjutan. Dalam konteks promosi pariwisata Bukit Anjhir, peran masyarakat meliputi: 1) pengelolaan tempat wisata; 2) pengelolaan media informasi; 3) penciptaan dan pemeliharaan iklim sosial yang mendukung; dan 4) promosi melalui media sosial. Dengan kontribusi yang telah diberikan oleh masyarakat, pemerintah diharapkan dapat lebih proaktif dalam melibatkan para penggiat dari berbagai sektor serta masyarakat umum untuk berpartisipasi dalam mempromosikan pariwisata Kemoneng Trageh-Bangkalan, sehingga tujuan promosi dapat tercapai.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada Lembaga STKIP PGRI Bangkalan yang telah memberikan ijin dan rekomendasi dalam melaksanakan program pengabdian kepada Masyarakat. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pemerintahan desa beserta stakeholder yang terlibat dalam kegiatan ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anindhita, W., Sari, E., Ariana, D., & Rahmawati, D. (2022). Media Promosi Bisnis Wisata Susur Sungai Melalui Pelatihan Teknologi Media Digital Untuk Masyarakat Binaan di Ciliwung DKI Jakarta. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat Universitas Jambi*, 6(1), 94–100.
- Bagus Sanjaya, R. (2018). Strategi Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat Di Desa Kemetul, Kabupaten Semarang. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 05, 91. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2018.v05.i01.p05>
- Benyamin, P., Maryani, E., & Octavianti, M. (2021). Penggunaan Media Digital Dalam Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Ciburial, Samarang, Garut. *Communication*, 12(2), 108. <https://doi.org/10.36080/comm.v12i2.1505>
- Purba, H., & Irwansyah, I. (2022). User Generated Content dan Pemanfaatan Media Sosial Dalam Perkembangan Industri Pariwisata: Literature Review. *Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 9(2), 229–238–229–238. <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/prof/article/view/3065>
- Suwarso, W. A. (2021). Peran Masyarakat dalam Promosi Pariwisata Kota Singkawang. *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 3(2), 146–156. <https://doi.org/10.24076/pikma.v3i2.474>