

## Analisa Promosi Agrowisata Talaran Setara Desa Karya Maju

**Gunawan Wibisono<sup>1</sup>, Marheini Fajar Kurniawati<sup>2</sup>, Muzahid Akbar Hayat<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Universitas Islam Kalimantan MAB, Indonesia

Email : [gunawanwibisonomrb@gmail.com](mailto:gunawanwibisonomrb@gmail.com)<sup>1</sup>, [marhaeni.akbar@gmail.com](mailto:marhaeni.akbar@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[m.akbarhayat@gmail.com](mailto:m.akbarhayat@gmail.com)<sup>3</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa Promosi Pariwisata Agrowisata Talaran Setara, untuk menganalisis secara mendalam Faktor-faktor apa saja yang menjadi Pendukung dan Penghambat dalam menjalankan Promosi Pariwisata Agrowisata Talaran Setara, dan untuk menganalisa apa yang membuat wisatawan berkunjung ke Agrowisata Talaran Setara. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi, jumlah informan 13 orang, terdiri dari 5 orang pengelola, 6 orang wisatawan dan 2 orang pedagang, analisa data menggunakan metode triangulasi. Lokasi penelitian Agrowisata Talaran Setara Desa Karya Maju Kecamatan Marabahan. Hasil penelitian: Promosi Agrowisata Talaran Setara yang dilakukan Desa Karya Maju ialah dengan melakukan branding pada media sosial, karena pada era global saat ini media sosial merupakan media paling efektif untuk memperkenalkan sesuatu hal dengan cepat kepada masyarakat luas. Faktor yang menjadi pendukung, Pemerintah Daerah dalam hal ini Bupati dan Dinas Pemuda Olahraga Budaya dan Pariwisata Barito Kuala serta Masyarakat setempat sangat mendukung dengan keberadaan obyek wisata Agrowisata Talaran Setara, Faktor yang menjadi penghambat, karena Covid-19, lemahnya SDM, aparatur dan tenaga pengelola industri pariwisata sehingga kualitas pelayanan masih rendah, Obyek Wisata belum memenuhi standar Sapta Pesona. Yang membuat wisatawan berkunjung ke Agrowisata Talaran Setara karena ingin tahu tata kelola, udaranya yang sejuk, keindahan nuansa alam, dan untuk mengobati rasa penasaran.

**Kata Kunci:** *Agrowisata, Talaran Setara, Media Sosial.*

### Abstract

This study aims to analyze the Talaran Setara Agrotourism Tourism Promotion, to analyze in depth what factors are the Supporters and Barriers in carrying out the Talaran Setara Agrotourism Tourism Promotion, and to analyze what makes tourists visit Talaran Setara Agrotourism. This type of research is field research using a qualitative approach. Collecting data using interview, observation and documentation methods, the number of informants is 13 people, consisting of 5 managers, 6 tourists and 2 traders, and data analysis using the triangulation method. The research location of Talaran Equivalent Agrotourism in Karya Maju Village, Marabahan District. The results: The promotion of Talaran Setara Agrotourism carried out by Karya Maju Village is by branding on social media, because in the current global era, social media is the most effective medium to quickly introduce something to the wider community. The supporting factor, the Regional Government in this case the Regent and the Barito Kuala Tourism and Culture Youth Service and the local community are very supportive of the existence of the Talaran Setara Agrotourism tourism object. Management of the tourism industry so that the quality of service is still low, tourism objects do not meet the standards of Sapta Pesona. What makes tourists visit Talaran Setara Agrotourism because they want to know about governance, the cool air, the beauty of natural nuances, and to treat curiosity.

**Keywords:** *Agrotourism; Talaran Setara, Social Media.*

## **PENDAHULUAN**

Aset dan potensi kepariwisataan Indonesia tidak hanya memiliki unsur keindahan alam (natural beauty), keaslian (originality), kelangkaan (scarcity) dan keutuhan (wholesomeness), tetapi kekayaan Indonesia juga kaya akan adat, budaya, agama, suku, bahasa dan ekonomi. Dari kesemuanya apabila dikelola dengan baik dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung/wisatawan. Seiring berjalannya waktu pariwisata baik ekowisata ataupun agrowisata di Indonesia saat ini telah tumbuh dan berkembang dengan baik (Sitorus, 2020).

Salah satu tempat wisata yang baru dan sedang menjadi primadona masyarakat Barito Kuala (Batola) saat ini adalah Agrowisata Talaran Setara, Agrowisata Talaran setara beralamat di Jalan Anjir Talaran, Desa Karya Maju Kecamatan Marabahan, Kabupaten Barito Kuala. Dari segi Agro Desa Karya Maju mencoba membudidayakan tanaman kurma dan anggur. Sejauh ini untuk tanaman anggur berhasil dibuahi, sedang tanaman kurma masih proses. Dari segi Wisata Desa Karya Maju kecamatan Marabahan memiliki taman bunga yang membuat orang terpincut untuk berselfi, dan mulai banyak pengunjung. Wisata Desa Karya Maju tersusun meliputi, taman kelinci, rumah segitiga, rumah adat banjar, gazebo, taman merpati, toko souvenir, wc umum, taman bunga, patung-patung hewan seperti sapi, lebah, kelinci, kupu-kupu, dan taman anggur. Agrowisata Lahan Gambut Talaran Setara resmi dibuka oleh Bupati Barito Kuala, Hj Noormiliyani AS, pada hari Senin (10/5/2021). Peresmian Agrowisata Lahan Gambut Talaran Setara ditandai dengan pemotongan pita kemudian dilanjutkan dengan peninjauan kawasan wisata Batola, taman kelinci, taman merpati, taman bunga, miniatur rumah banjar, rumah panjang, kebun Anggur dan sejumlah spot lainnya (Barito Kuala P. D., 2021).

Agrowisata Lahan Gambut Talaran Setara mengangkat konsep lahan pertanian dan perkebunan, kawasan wisata ini kental dengan wahana edukasi yang berbaur langsung dengan alam. Letaknya tepat di belakang balai Desa Karya Maju, Kecamatan Marabahan, Kabupaten Barito Kuala. Dari kota Marabahan, hanya diperlukan jarak tempuh sekitar 10 hingga 15 menit, karena akses jalan yang sudah beraspal mulus, (Tabri, 2021). Deputi Bidang promosi, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) Nia Niscaya, mengajak masyarakat Indonesia mendukung dunia pariwisata Indonesia. Ajakan itu muncul seiring dengan ramainya unggahan foto dan video netizen baru-baru ini yang menyuarakan kerinduan berwisata di Tanah Air melalui hashtag #RinduWisataLagi dan #DiIndonesiaAja. Lebih lanjut Nia mengatakan, gerakan solidaritas ini diinisiasi Kemenparekraf untuk menjaga harapan dan semangat di kala pandemi untuk semua yang berjuang di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif (Laoli, 2021).

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Yang dimaksud deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang mengedepankan pengumpulan data atau realitas persoalan dengan berlandaskan pada pengungkapan apa-apa yang dikumpulkan, dan hal yang dikumpulkan tersebut berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Dengan kata lain, metode deskriptif kualitatif adalah suatu prosedur yang menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata dan lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Moleong, 2017).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil observasi pada youtube, setelah peneliti melakukan browsing di [www.youtube.com](http://www.youtube.com) dengan kata kunci Talaran Setara, ditemukan 11 channel youtube yang mempromosikan Agrowisata Talaran Setara. Hasil observasi pada media sosial instagram dengan menggunakan kata kunci Talaransetara peneliti menemukan satu akun dengan nama Talaransetara yang mempromosikan Agrowisata Talaran Setara dengan jumlah postingan 11 dan jumlah follower 74 followers, kemudian peneliti mencoba melakukan observasi dengan kata kunci Batola muncul akun wonderfulbatola dengan jumlah postingan 32 postingan, dan jumlah pengikut 667 orang, peneliti mencoba lagi untuk melakukan observasi dengan kata kunci marabahan muncul satu akun marabahan\_bungas dengan jumlah postingan berjumlah 1,035 postingan, dan jumlah pengikut berjumlah 5,774 followers. Sedang hasil observasi pada media sosial facebook peneliti menemukan 29 akun yang mempromosikan destinasi wisata Talaran Setara melalui jejaring sosial facebook, baik sendiri maupun dengan menandai akun teman yang lainnya

Gambar Agrowisata Talaran Setara yang diambil dari unggahan salah satu pengguna akun facebook:



**Sumber:** Facebook Wasis

Hasil dokumentasi adalah berupa gambar dari kamera Nikon D5600, kamera HP Vivo V9 dan dokumen dari dinas pariwisata tentang jumlah pengunjung pariwisata tahun 2021 dan 2022. Dari dokumentasi menggunakan kamera Nikon D5600 diperoleh gambar sejumlah 147 buah yang berisi tentang obyek wisata Agrowisata Talaran Setara, dari hasil dokumentasi HP Vivo V9 diperoleh gambar sejumlah 56 buah, berisi tentang pelaksanaan wawancara. Dokumentasi dari Pemerintah Desa Karya Maju berupa dua buah video Agrowisata Talaran Setara dan promosi destinasi wisata melalui kegiatan Tour ke Barito Kuala 4 November 2021 sebanyak 12 gambar, foto saat pembukaan destinasi wisata Agrowisata Talaran Setara dan ulang tahun Kecamatan Marabahan 23 buah.

Dari hasil wawancara kepada 13 orang terdiri dari 6 orang wisatawan, 5 orang pengelola dan 2 orang pedagang, observasi dan dokumentasi diketahui bahwa faktor yang menjadi pendukung Agrowisata Talaran Setara:

1. Rencana Strategis (RENSTRA) Tahun 2017 - 2022 Dinas Kepemudaan, Olahraga, Budaya Dan Pariwisata Kabupaten Barito Kuala.
2. Keputusan Kepala Dinas Kepemudaan, Olahraga, Budaya dan Pariwisata Kabupaten Barito Kuala Nomor 188.4/ 56.b /Disporbudpar/2018 tanggal 2 April 2018 Tentang Tim Penyusunan Rencana Strategis pada Dinas Kepemudaan, Olahraga, Budaya dan Pariwisata Kabupaten Barito Kuala tahun 2017-2022.
3. Keputusan Kepala Dinas Kepemudaan, Olahraga, Budaya dan Pariwisata Kabupaten Barito Kuala Nomor 188.4/ 57 /Disporbudpar/2019 tanggal 2 Juni 2019 Tentang Tim Penyusunan Rencana Strategis (Revisi-1) Dinas Kepemudaan, Olahraga, Budaya dan Pariwisata Kabupaten Barito Kuala 2017-2022.

4. Keputusan Bupati Barito Kuala Nomor 188.45/239/KUM/2018 tanggal 4 Juni 2018 Tentang Penetapan Rencana Strategis Dinas Kepemudaan, Olahraga, Budaya dan Pariwisata Kabupaten Barito Kuala Tahun 2017- 2022.
5. Surat keputusan Bupati Barito Kuala Nomor 188.45/309/KUM/2019 tanggal 29 Agustus 2019 tentang Kawasan Perdesaan Agrowisata Kabupaten Barito Kuala.
6. Peraturan Bupati Barito Kuala nomor 42 Tahun 2019 tanggal 29 September 2019 Tentang Rencana Pembangunan Kawasan Perdesaan Agrowisata Kabupaten Barito Kuala Tahun 2019-2024.
7. Dukungan dari masyarakat setempat.

Sedang Faktor yang menjadi penghambat Agrowisata Talaran Setara:

1. Adanya Pandemi Covid-19.
2. Badan Usaha Milik Desa Bersama (BUMDESMA) kurang perhatian terhadap Agrowisata Talaran Setara, ini terlihat dari kerusakan pada tulisan yang menjadi Brand destinasi wisata yang mengalami kerusakan dan belum ada tindakan perbaikan, kursi-kursi yang tidak tertata, genangan banjir yang lama merendam area agrowisata, jadwal atraksi kesenian yang tidak menentu.
3. Pada Renstra Dinas Pemuda Olah Raga, Budaya dan Pariwisata Kabupaten Barito Kuala 2017-2022 halaman 29 disebutkan bahwa permasalahan pada Dinas Pemuda Olahraga, Budaya dan Pariwisata Kabupaten Barito Kuala adalah:
  - a. Masih terbatasnya kemampuan untuk meningkatkan nilai tambah dari potensi obyek dan daya tarik objek wisata sehingga belum mampu menghadapi persaingan yang ketat dipasar pariwisata.
  - b. Pembangunan objek wisata masih bertumpu kepada keinginan produk bukan kepada orientasi keinginan pasar.
  - c. Lemahnya SDM, aparatur dan tenaga pengelola industri pariwisata sehingga kualitas pelayanan masih rendah.

Meski demikian Dinas Pemuda Olahraga, Budaya dan Pariwisata Kabupaten Barito Kuala juga telah membaca peluang-peluang yang ada seperti tersebut dalam Renstra Dinas Pemuda Olahraga, Budaya dan Pariwisata Kabupaten Barito Kuala Tahun 2017-2022 halaman 26 –27. Peluang yang disebutkan dalam Renstra diantaranya adalah :

1. Adanya potensi wilayah kepariwisataan religius dengan daya magnet yang cukup kuat di sekitar Kabupaten Barito Kuala untuk menarik minat wisatawan luar Kabupaten Barito Kuala terhadap Kebudayaan dan Pariwisata yang bernuansa Islami.
2. Adanya otonomi daerah untuk dapat mengembangkan daerahnya sendiri.
3. Kesadaran pemuda mulai tumbuh akan tanggung jawabnya sebagai potensi dalam pembangunan karakter bangsa.
4. Jaringan stakeholder sudah mulai terbangun sehingga memudahkan efektivitas pelaksanaan tugas. e). Munculnya beberapa pemuda pelopor yang tersebar di wilayah.
5. Koordinasi dan sinkronisasi dengan instansi terkait berjalan dengan baik.
6. Potensi budaya lokal yang beraneka ragam yang diminati masyarakat.

## SIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan melalui wawancara, observasi lapangan dan dokumentasi dapat disimpulkan bahwa: **Pertama**, Pola Komunikasi yang terbangun pada destinasi Agrowisata Talaran Setara adalah pola komunikasi multi arah. Keberadaan destinasi wisata Agrowisata Talaran Setara sangat berkaitan dengan proses pembangunan di Kabupaten Barito Kuala. Pemerintah Kabupaten Barito Kuala memberikan perhatiannya karena pariwisata dianggap bisa dan mampu

memberikan sumbangan yang potensial dalam mewujudkan masyarakat sekitar obyek wisata lebih makmur. Berkembangnya kepariwisataan di Barito Kuala dikarenakan memiliki nilai ekonomi lebih, menguntungkan dan prospektif. **Kedua**, Agrowisata mendapat dukungan penuh dari Pemerintah Daerah dan Masyarakat setempat karena keberadaan Agrowisata Talaran Setara dapat menumbuhkan ekonomi melalui pedagang-pedagang yang berjualan di sekitar obyek wisata, kebudayaan dan kesenian yang menampilkan atraksi seni secara berkala, serta menumbuhkan rasa cinta pada kebudayaan dan tanah air, serta terciptanya kesempatan berusaha seperti kuliner, terbukanya lahan parkir, penyewaan ayunan, penyewaan mainan anak-anak dan berbagai jenis usaha yang masih bisa dikembangkan melalui keberadaan destinasi wisata. Faktor yang menjadi Penghambat Agrowisata Talaran Setara lebih karena pandemi covid-19, juga Pengelola yang kurang perhatian pada obyek wisata, destinasi wisata juga belum memenuhi standar sapta pesona yang menjadi standar pariwisata Indonesia, Masih terbatasnya kemampuan untuk meningkatkan nilai tambah dari potensi obyek dan daya tarik objek wisata sehingga belum mampu menghadapi persaingan yang ketat di pasar pariwisata. Pembangunan objek wisata masih bertumpu kepada keinginan produk bukan kepada orientasi keinginan pasar. Lemahnya SDM, aparatur dan tenaga pengelola industri pariwisata sehingga kualitas pelayanan masih rendah. **Ketiga**, Brand pariwisata domestik pada Agrowisata Talaran Setara, untuk menentukan brand maka perlu diadakan rapat/musyawarah dengan semua pihak yang berkepentingan, tokoh masyarakat, budayawan baik tua maupun muda. Kondisi saat peneliti melakukan penelitian pelabelan pada destinasi wisata dilakukan dengan melakukan branding pada media sosial, karena alasan pengelola adalah pada saat ini media sosial merupakan media paling efektif untuk memperkenalkan sesuatu hal dengan cepat kepada masyarakat luas. Dari hasil observasi pada media sosial diketahui bahwa pengelola kurang aktif mempromosikan destinasi wisata, promosi justru lebih banyak oleh akun pribadi pengunjung wisata, juga pada observasi lapangan ditemukan rumah panjang yang tidak difungsikan sebagaimana pada rencana pembuatan rumah panjang tersebut. **Keempat**, Hubungan emosional terjadi karena kondisi atau keadaan yang membuat wisatawan merasa nyaman dengan penerapan sapta pesona yang dimiliki oleh agrowisata talaran setara. Sapta pesona itu terdiri dari unsur Kebersihan, Ketertiban, Keamanan, Kesejukan, Keramahan, dan Keindahan, untuk Kenangan seperti yang diprogramkan Kementerian Pariwisata maka Agrowisata Talaran Setara belum menyediakan kenangan atau oleh-oleh yang bisa dibawa pulang oleh pengunjung, kenangan yang diperoleh pengunjung hanya berupa foto saat berada di obyek wisata. Pariwisata adalah sebuah produk jasa yang menjual produk berupa keindahan alam buatan maupun yang alami, jasa pariwisata membutuhkan sentuhan khusus di dalamnya. Seperti halnya destinasi agrowisata talaran setara yang dijual kepada wisatawan yang datang. Destinasi wisata tersebut haruslah berisi fasilitas, pelayanan prima, senyum, keramahan dan juga informasi yang menarik. Semuanya menjadi sebuah kesan bernama pengalaman dan kepuasan yang dirasakan pelanggan selama berwisata. Kepuasan inilah yang akhirnya akan menjadi kekuatan untuk sebuah kawasan wisata didatangi kembali. **Terakhir**, Beberapa tahun belakangan ini perkembangan Agrowisata khususnya Agrowisata Talaran Setara mengalami peningkatan. Banyak faktor yang mempengaruhi dalam kecenderungan ini. Selain gencarnya pemberitaan yang dilakukan oleh pengunjung objek wisata Talaran Setara melalui media sosial, juga karena keinginan calon wisatawan mencari pengalaman baru juga memberikan kontribusi untuk berwisata ke daerah pedesaan dalam hal ini Agrowisata Talaran Setara. keinginan berkunjung wisatawan pun juga didasari oleh beraneka alasan antara lain; karena penasaran, karena ingin tahu tata kelola, karena suasana desa yang sejuk, ada yang karena pekerjaan dan ada juga karena keramaian objek wisata karena pada hari-hari tertentu pengelola menyuguhkan atraksi kesenian daerah di Agrowisata Talaran Setara.

## DAFTAR PUSTAKA

- Burhan Bungin. (2017). Komunikasi Pariwisata. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Arsyad Al-Banjari. Banjarmasin: Program Pasca Sarjana Uniska .
- Aat Ruchiat Nugraha, S. P. (2017, Juli 26 ). Model Komunikasi Pariwisata Yang Berbasis Kearifan Lokal. Jurnal The Messenger, Volume 9,, 231-240.
- Baruah, T. D. (2012). Effectiveness of Social Media as Tool of Communication and Its Potential for Technology Enabled Connections : A Micro-Level Study. International Journal of Scientific and Research Publications Volume 2 Issue 5.
- Buckingham, D. (2016). Defining Digital Literacy. What Young People Need to Know About Digital Media ? Nordic Journal of Digital Literacy Special Issue, 21 - 34.
- Carlos Rodríguez, C. F. (2020). Circular Economy Contributions to the Tourism Sector: A Critical Literature Review. Sustainability 2020, 12, 4338, 1-27.
- Creswell, J. W. (1994). Research Design: Qualitative and Quantitative Approach. California: Sage Publication.
- Cynthia Milagros Apaza-Panca, J. E.-C.-A. (2020). Agritourism: Alternative for sustainable rural development. Dom. Cien., ISSN: 2477-8818 , 207-227.
- Darko Dimitrovski1, M. L. (2019). A bibliometric analysis of Crossref agritourism . Hotel and Tourism Management, 2019, Vol. 7, No. 2: 25-37, 25-37.
- Moleong, L. J. (2017). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Noprianto, E. (2018, Juli 2). Pemamfaatan Media Sosial Dan Penerapan Social Media Analistics (SMA) Untuk Perpustakaan Di Indonesia. Jurnal Pustaka Budaya. Vol. 5, No. 2. Juli 2018 Copyright ©2018, pISSN: 2355-1186 | eISSN: 2442-7799 Available Online at: <https://journal.unilak.ac.id/index.php/pb>, 1-10.
- Putu Devi Hamsha Astuti, I. D. (2020). Strategi Bauran Promosi Agrowisata Bagus Agro Pelaga, di Desa Pelaga, Kecamatan Petang, Kabupaten Badung. Jurnal Agribisnis dan Agrowisata E-ISSN: 2685-3809 Vol. 9, No. 2, Juli 2020, 164-173.
- Rela Trigantiarsyah, H. M. (2012). Pengembangan Produk Wisata Dengan Menggunakan Teknik Tourism Opportunity Spectrum Terhadap Keputusan Berkunjung. Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal, Vol.II, No.1, 2012 - 157, Vol.II(1), 157-178.
- Samar Zgolli, I. Z. (2018). The responsible behavior of tourist: The role of personnel factors and public power and effect on the choice of destination. Arab Economic & Business Journal, 168-178.
- Santosa. (2014, January). Strategic Management of Rural Community Empowerment: Based Local Resources. International Integration for Regional Public Management (ICPM 2014), 194-199.
- Sitorus, D. J. (2020). Promosi Agrowisata Tenayan Raya Pekanbaru. JOM FISP Vol. 7: Edisi II Juli-Desember 2020, 1-12.
- penelitian : dalam teori dan praktek. Jakarta: Rineka Cipta.
- Barbaraneuhofer. (2018, Agustus 22). Who is a smart tourist in a smart destination. Diambil kembali dari Research Paper: <https://barbaraneuhofer.com/smart-tourists-and-their-role-within-the-smart-destination-scenario/>
- Barito Kuala, P. D. (2021, 5 Senin). Website Induk Pemerintah Daerah. Diambil kembali dari <https://baritokualakab.go.id/2021/05/10/noormiliyani-resmikan-agrowisata-talaran-setara/>
- Barito Kuala, P. K. (t.thn.). Sejarah Terbentuknya Kabupaten Barito Kuala. Diambil kembali dari Sejarah: <https://baritokualakab.go.id/sejarah/>
- Indonesia, K. P. (2022). Karya Maju. Jejaring Desa Wisata, 1-6.
- Laoli, N. (2021, Januari Jumat 8). Kemenparekraf ajak masyarakat dukung pariwisata Indonesia. Diambil kembali dari Kontan.co.id - Jakarta: <https://nasional.kontan.co.id/news/kemenparekraf-ajak-masyarakat-dukung-pariwisata-indonesia>