

### **BAB III**

#### **SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menyajikan sajian data dan pembahasan yang berhubungan dengan strategi promosi online Bukit Wisata Pule Payung Kulon Progo melalui Website Instagram dan Facebook dalam menarik minat pengunjung. Berdasarkan struktur kepengurusan Bukit Wisata Pule Payung Kulon progo segala bentuk promosi yang dilakukan oleh Bukit Wisata Pule Payung adalah tanggung jawab dari Tim Pengelola Bukit Wisata Pule Payung bagian marketing yang dalam hal ini adalah Eko Purwanto bersama Dhany Inung N dan dibantu tim pengelola yang lain serta memiliki tugas sebagai orang yang bertanggungjawab atas semua media promosi yang dimiliki oleh Bukit Wisata Pule Payung terutama media promosi online sebagai pembuat konten.

Dalam membuat konten promosi Eko Purwanto bersama Dhany Inung dan dibantu Tim Pengelola bertanggungjawab terhadap aktivitas promosi yang dilakukan di media sosial yang dimiliki oleh Bukit Wisata Pule Payung serta memikirkan apa yang harus dilakukan, seperti pengunggahan foto dan video di instagram, menyapa pengunjung di fanspage atau memposting ulang unggahan pengunjung yang berfoto di Bukit Wisata Pule Payung dan di posting ulang di media sosial Bukit Wisata Pule Payung hingga pembuatan konten di website yang dimiliki oleh Bukit Wisata Pule Payung.

Promosi online yang dilakukan oleh Bukit Wisata Pule Payung Kulon Progo bukan hanya untuk meraih pengunjung namun juga sebagai media promosi

Kabupaten kulon progo sebagai *smart city* untuk sampling pariwisata berbasis digital.

## **A. SAJIAN DATA**

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, bahwa promosi online yang dilakukan oleh Bukit Wisata Pule Payung dalam menarik minat pengunjung melalui tahapan – tahapan senagai berikut :

### **A.1. Penetapan Tujuan Komunikasi**

Berdasarkan rancangan pesan yang dirumuskan oleh pihak pengelola Bukit Wisata Pule Payung Kulon Progo, tujuan utama yang ingin dicapai adalah menarik pengunjung untuk datang ke destinasi wisata tersebut, disamping itu Bukit Wisata Pule Payung Kulon Progo juga memiliki tugas untuk mempromosikan Kabupaten Kulon Progo sebagai *smart city*, karena Bukit Wisata Pule Payung sudah terpilih oleh kabupaten sebagai *sampling smart city* Kulon Progo dibidang pariwisata, dalam melakukan promosi, pengelola lebih banyak menggunakan media sosial untuk menarik minat pengunjung datang.

“Kita lebih banyak menggunakan media sosial tujuan utama kita untuk menarik minat pengunjung agar datang kesini”kata Eko, 23 Januari 2019

Seperti juga disampaikan oleh Suratman, selaku ketua pengelola Bukit Wisata Pule Payung, Suratman mengatakan bahwa dulu sering orang datang ke Bukit Wisata Pule Payung, namun hanya untuk melakukan *study banding* tentang kegiatan Kelompok Tani Mantep Makaryo dan tidak memberikan manfaat yang cukup banyak bagi masyarakat sekitar Bukit Wisata Pule Payung. Dengan

keresahan itulah Bukit Wisata Pule Payung dibangun dan media online sebagai media promosi adalah sektor terpenting dan disusul spot – spot foto yang menarik,

“Banyak orang datang kesini hanya untuk melakukan *Study Banding* dll, dan tidak memberikan manfaat apa-apa untuk warga sekitar, hingga kita berfikiran untuk merubah hutan ini menjadi tempat wisata, dan membuat spot – spot foto setelah itu kita posting di media sosial untuk menarik pengunjung”kata Suratman, 23 Januari 2019

Berawal dari keresahan Bukit Wisata Pule Payung Kulon Progo dibangun oleh gagasan Kelompok Tani Mantep Makaryo, yang sudah banyak mengantongi piala penghargaan di tingkat daerah maupun nasional, namun untuk sementara Bukit Wisata Pule Payung belum memiliki penghargaan karena masih baru dan mulai diresmikan pada bulan desember 2018 kemarin, seperti yang disampaikan oleh Eko Purwanto pada wawancara 13 Januari 2019

“Penghargaan di bidang pertanian kita memang sudah banyak baik dari tingkat daerah maupun nasional, namun untuk pariwisata kita masih belum ada karena masih baru”

Terlepas dari itu semua berdirinya Bukit Wisata Pule Payung ini berawal dari keresahan beberapa orang yang merasa di desa sini kekurangan pemuda, karena rata – rata remaja usia 17 – 18 tahun keatas atau setelah lulus SLTA mereka langsung memilih untuk pergi ke luar kota bahkan ke luar negeri untuk mencari pekerjaan, dari keresahan ini mulai muncul ide untuk membuat lapangan pekerjaan di daerahnya sendiri dengan tujuan di desa Hargowilis, terlebih khusus dusun Soropati Kokap Kulon Progo tidak lagi kekurangan pemuda, seperti yang disampaikan oleh Eko Purwanto pada wawancara 13 Februari 2019

“Pemuda disini sangat minim sekali, karena kurang tersedianya lapangan pekerjaan, maka harapannya Bukit Wisata Pule Payung ini dapat menjadi

lahan untuk mendapatkan penghasilan dan tidak perlu jauh – jauh ke luar kota bahkan ke luar negeri untuk mendapatkan pekerjaan”

Dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat Bukit Wisata Pule Payung juga membatu memasarkan produk produk lokal buatan warga sekitar yang nantinya bisa dipasarkan oleh Bukit Wisata Pule Payung melalui website yang dimiliki oleh Bukit Wisata Pule Payung, seperti yang disampaikan Eko Purwanto pada wawancara 13 Februari 2019

“Kita juga membuka untuk produk – produk lokal yang ingin dibantu pemasarannya lewat pule payung, jika memang produknya sudah ada nanti tinggal bilang ke kita dan kita akan bantu pemasarannya melalui website kita, syaratnya produknya harus benar – benar ada, bukan pre order atau sejenisnya”

Kesimpulan dari apa yang dipaparkan oleh Eko Purwanto dan Suratman mengenai tujuan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Bukit Wisata Pule Payung Kulon Progo adalah untuk mempromosikan destinasi wisata ke khalayak dengan tujuan menarik minat pengunjung, dan meningkatkan jumlah wisatawan yang datang ke Bukit Wisata Pule Payung Kulon Progo. Selain itu Bukit Wisata Pule Payung juga difungsikan sebagai wadah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di sekitar Bukit Wisata Pule Payung Kulon Progo, dengan adanya Wisata Alam ini harapannya pemuda desa Hargotirto Kokap Kulon Progo tidak perlu lagi merantau jauh dari keluarga untuk mendapatkan penghasilan yang layak karena dengan adanya Bukit Wisata Pule Payung lapangan pekerjaan terbuka lebar untuk para pemuda bahkan siapapun yang mau belajar dan berkarya di Bukit Wisata Pule Payung akan diberikan pekerjaan wisata ini tanpa memandang latar belakang pendidikan *skill* ataupun silsilah keluarga karena nantinya semua

karyawan di Bukit Wisata Pule Payung akan diberikan pelatihan khusus sesuai bidang yang disukai, seperti outbond fotografi dll.

## **A.2. Pemetaan Dari Konten Promosi**

Peran konten promosi dalam kegiatan promosi sangatlah penting dalam mempromosikan suatu produk, karena konten yang dimuat di media promosi terutama media online adalah sebagai wajah dari produk yang ditawarkan. Bukit Wisata Pule Payung dalam melakukan kegiatan promosi mengandalkan media online seperti Website, Facebook dan Instagram, dan masing – masing memiliki konten promosi yang berbeda.

### **a. Konten Promosi Instagram**

Konten untuk promosi di instagram lebih banyak diisi dengan konten fotografi yang menarik dan memperlihatkan panorama alam sebagai konten utama di akun promosi instagram Bukit Wisata Pule Payung Kulon Progo. Selain itu akun instagram Bukit Wisata Pule Payung juga diisi dengan repost dari akun pengunjung yang berfoto di lingkungan Bukit Wisata Pule Payung yang menggunakan tagar *#Pulepayung*, *#Pulepayungkulonprogo* dan juga di mention ke akun pulepayung sebagai bentuk apresiasi dari Bukit Wisata Pule Payung terhadap pengunjung, seperti yang dikatakan Eko Purwanto dalam wawancara pada 23 Januari 2019

“Untuk akun instagram, kita isi dengan konten fotografi yang menarik dengan memperlihatkan panorama alam yang indah untuk menarik perhatian pengguna instagram”

Karena memang instagram adalah media sosial yang kebanyakan kontennya atau yang di unggah adalah foto dan video, maka dengan inilah Bukit Wisata Pule Payung memanfaatkan media sosial instagram untuk memamerkan panorama alam yang begitu indah melalui hasil fotografi yang menarik untuk di unggah di instagram. Fitur lain yang bisa dimanfaatkan adalah repost, atau menggunggah ulang, dengan cara ini Bukit Wisata Pule Payung mengapresiasi atau wujud perhatian kepada pengunjung, dengan tujuan agar teman pengunjung yang fotonya di *repost* oleh pihak Bukit Wisata Pule Payung dapat tertarik untuk datang ke Bukit Wisata Pule Payung.

Akun instagram Bukit Wisata Pule Payung sekarang memiliki jumlah pengikut yang cukup banyak yaitu 7.725 yang didapatnya selama kurang lebih dua tahun dan itu semua adalah pengunjung dan beberapa karyawan dari Bukit Wisata Pule Payung. Awal dibuatnya akun instagram jumlah pengikutnya hanya 32 orang dan itu semua adalah karyawan – karyawan dari Bukit Wisata Pule Payung, namun seiring berjalannya waktu setelah spot foto dibangun followers pun selalu ada setiap harinya sampai tembus tujuh juta followers seperti sekarang ini, Eko Purwanto menjelaskan pada wawancara tanggal 13 Januari 2019

“Instagram itu dulu pertama dibuat folloersnya hanya saya dan teman – teman karyawan jumlahnya kurang lebihnya 32, tapi setelah kita berjalan kurang lebih lima bulan kita sudah mencapai sembilan rasutan followers hampir seribu, jadi kira kira setiap hari itu pasti ada yang *foolow* pule payung walau hanya satu atau dua akun yang masuk”

Dalam mengunggah foto di instagram Eko Purwanto memiliki aturan dalam mengunggah foto ke instagram yaitu dalam mengunggah foto sehari harus tiga kali dan di waktu waktu tertentu yang sudah ditentukan oleh Eko Purwanto bersama Tim Pengelola, seperti yang disampaikan Eko Purwanto pada wawancara 13 Februari 2019 :

“Dulu waktu awal setahun kita jalan kita punya aturan main dalam mengupload foto ke instagram, yaitu sehari tiga kali dan di jam – jam tertentu, pagi siang dan malam, pagi itu jam 9 – jam 10 pagi, siang pas jam istirahat dan malam itu waktu makan malam sekitar jam 7 – sampai jam 8, karena di waktu itu kami berfikir banyak orang yang sedang bersantai dan membuka instagram, namun sekarang akun instagram kita lebih banyak berisi repost dari foto – foto pengunjung, karena instagram sekarang sudah tidak seperti dulu, postingan yang muncul diberanda belum tentu postingan hari ini, bisa dua atau tiga hari yang lalu”.

Seiring berjalannya waktu karena fitur instagram sudah tidak seperti dulu lagi, pihak marketing Bukit Wisata Pule Payung tidak lagi menggunakan aturan aturan yang dulu dan lebih memilih untuk *merepost* foto dari pengunjung, selain untuk media promosi juga memberikan rasa kebanggaan tersendiri pada pengunjung, Eko Purwanto mengatakan pada wawancara 13 Februari 2019

“Sekarang kita lebih intens ke repost dari teman – teman pengunjung karena dengan repost akan memberikan rasa kebanggaan tersendiri, disisi lain juga banyak yang request minta di *repost*, jadi karena itu juga kami jadi jarang untuk upload sendiri, kita upload sendiri itu biasanya kalo mau ada sesuatu yang baru atau spesial di pule payung seperti spot foto baru atau ada artis yang datang ke Pule Payung, kayak yang kemarin belum lama ini ada artis Ersya Aurel datang ke Pule payung itu kita upload sendiri”

*Merepost* foto pengunjung di instagram adalah sebagai hadiah bagi pengunjung yang jauh – jauh datang ke Bukit Wisata Pule Payung, karena

tidak sedikit yang sengaja datang dari jauh dan juga mengalami banyak kendala saat diperjalanan seperti yang disampaikan beberapa pengunjung pada wawancara 14 Februari 2019

“Saya adalah pengunjung asal Temanggung, saya tertarik datang ke Pule Payung karena melihat postingan di instagram, dan agak tersesat saat perjalanan ke sini, namun terobati saat melihat pemandangan dan spot-spot yang ada disini, meskipun sedikit kecewa karena harus membayar setiap spotnya namun kekecewaan itu hilang setelah melihat pemandangan alamnya”(Duwi Pengunjung Pule Payung asal Temanggung)

Tidak hanya Duwi yang merasakan indahnya panorama alam Kulon Progo melalui Bukit Wisata Pule Payung, banyak pengunjung lain yang berdatangan dengan jumlah yang banyak dan tidak sedikit diantara mereka yang menjadi bosan karena terlalu lama mengantri untuk berfoto di salah satu spot yang ada

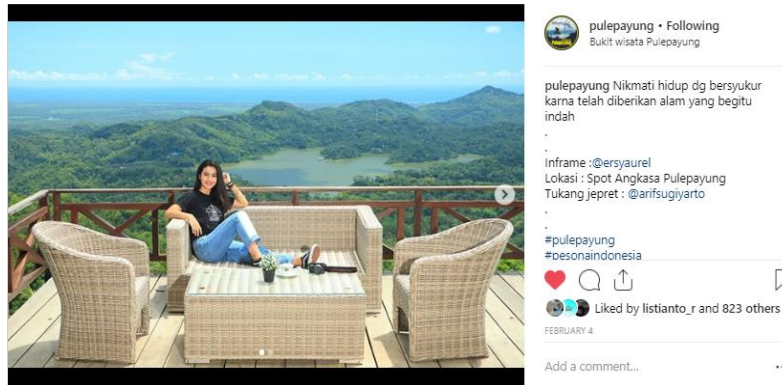
“Di Pule Payung suasananya enak adem, namun di spot angkasa ramai pengunjung dan membuat saya menjadi *badmood*, karena terlalu lama menunggu antri, dan akhirnya saya memilih ke spot lollipop, ( Aiunnisa Pengunjung Pule Payung Asal Jakarta)”

Dari pihak pengelola Pule Payung menyediakan *Photografer* di setiap spot yang ada, dan apabila foto tersebut menarik akan di unggah akun media instagram, ataupun di *repost* dari akun pribadi pengunjung

“Senang ya saat foto kita di repost oleh Pule Payung, yang pertama foollowoers kita di instagram jadi naik dan yang kedua aku bisa *ngasih* tau ke teman – teman bahwa wisata jogja tidak hanya di jogja kota saja, tetapi di kulon progo juga ada. ( Aiunnisa Pengunjung Pule Payung Asal Jakarta)”

Memposting foto tanpa merepost dari pengunjung juga masih dilakukan oleh Bukit Wisata Pule Payung pada saat – saat tertentu seperti kedatangan artis ibu kota dan akan ada spot foto yang baru.





Gambar 9  
Foto Ersya Aurel di Spot Angkasa Bukit Wisata Pule Payung  
(sumber : [instagram.com/pulepayung](https://www.instagram.com/pulepayung) 2019 )



Gambar 10  
Foto spoiler akan ada spot foto baru  
(sumber : [instagram.com/pulepayung](https://www.instagram.com/pulepayung) 2019)

Dengan adanya artis yang berkunjung dan berfoto di Bukit Wisata Pule Payung itu menambah jumlah followers di akun instagram Bukit Wisata Pule Payung. Selain Ersya Aurel ada beberapa artis lain yang juga pernah berkunjung ke Bukit Wisata Pule Payung seperti Grrite Aghata dan penyanyi Salsabilla Adriani, seperti yang dijelaskan Eko Purwanto pada wawancara 13 Februari 2019

“Dengan adanya artis – artis yang datang ke pule payung juga membatu kita menambah jumlah followers, biasanya fans – fansnya itu langsung follow akun kita, dalam waktu sehari setelah kita upload fotonya ersya aurel contohnya, folowers itu otomatis langsung nambah 50 – 100an, yang paling besar pada waktu Grrite Aghata, Salsabilla juga seperti itu banyak yang follow kita, kemungkinan besar mereka adlah fans fans dari aris tersebut”

Foto yang mengisi akun instagram Bukit Wisata Pule Payung juga memiliki aturan namun tidak begitu *saklek*, yaitu foto yang di *upload* atau di *repost* harus riil, memperlihatkan panorama alam dan tidak bokeh seperti yang dikatakan Eko Purwanto pada 13 Februari 2019

“Standar foto untuk instagram yang kita upload kita tidak ada aturan khusus, kita bikin foto itu seriil mungkin, tidak ada editing, jika masalah foto yang kita repost yang penting tidak bokeh, karena standar dari kita sendiri adalah penorama, kalau masalah gelap terang itu cuaca karena kita outdoor”

Dalam pemanfaatan *fitur* yang ada di instagram, pengelola Bukit Wisata Pule Payung hanya memanfaatkan *feed* instagram saja, karena menurut mereka *fitur* yang lain , seperti *instastory* ,*sorotan* & Sponsor di instagram belum begitu dibutuhkan oleh Bukit Wisata Pule Payung, seperti yang dikatakan Eko Purwanto pada wawancara 13 Februari 2019

“Untuk fitur sponsor kita belum merambah kesana, mungkin dengan kita gunakan fitur sponsor jangkauan kita akan lebih banyak namun karena itu harus melakukan pembayaran rutin bulanan kita merasa belum perlu kesana, walaupun ada kemungkinan kita juga bakal menggunakan itu dimkemudian hari, karena sekarang ini spot spot panorama banyak sekali bermunculan dan banyak yang mirip – mirip, dan jika memang kita perlu kesana kita juga akan kesana, dan untuk instastory dan sorotan itu kita tidak gunakan, karena itu menurut saya tidak efektif tidak bisa menunjukkan keindahan pule payung, dan mohon maaf, kalau saya pribadi melihat instastory itu malah hanya mengganggu, hanya *nyampah* , tapi tidak masalah juga kalau untuk akun pribadi, tapi kalau untuk akun official seperti pule payung menurut saya tidak perlu”

Walaupun di instagram sudah menjelaskan tentang apa dan bagaimana Bukit Wisata Pule Payung, namun pertanyaan melalui *Direct Message* (DM) masih terus membanjiri akun instagram Bukit Wisata Pule Payung, seperti yang disampaikan oleh Eko Purwanto pada wawancara 13 Februari 2019

“ Pertanyaan melalui dm instagram itu pasti ada, dan pertanyaanya macam – macam, seperti menanyakan spot foto, tiket masuk rute dll, padahal itu semua kalau dicari di google pasti ada, tapi kami tetap membalas satu per satu pertanyaan dari pengunjung, dalam sehari itu rata – rata 5 sampai 10 dm yang masuk ke kita, dengan pertanyaan yang bisa dijawab di google”

Tidak hanya DM instagram yang dibanjiri dengan pertanyaan – pertanyaan dari calon pengunjung, namun komentar disetiap postingan yang ada di akun instagram Bukit Wisata Pule Payung juga tidak sedikit, berbagai komentar positif serta ajakan untuk berkunjung ke Bukit Wisata Pule Payung selalu ada disetiap foto yang di unggah.



Gambar 11  
Komentar pengguna isntagram di unggahan foto Bukit Wisata Pule Payung  
(Sumber : Dokumen Pribadi 2019)

Gambar 11 adalah komentar positif serta seorang pengguna instagram mengajak temannya yang lain untuk berkunjung di Bukit Wisata Pule Payung.

Dari hasil wawancara dengan pengelola Bukit Wisata Pule Payung, konten promosi di instagram Bukit Wisata Pule Payung, lebih banyak diisi dengan hasil repost dari akun pengunjung, namun tidak menutup kemungkinan pengelola Bukit Wisata Pule Payung, mengunggah foto tanpa *merepost* yaitu pada saat saat spesial seperti kedatangan artis dari dalam maupun luar negeri dan akan adanya spot foto baru, atau yang baru lainnya di Bukit Wisata Pule Payung.

b. Konten Promosi Facebook

Facebook Bukit Wisata Pule Payung berbentuk Fanspage, yang kebanyakan diisi dengan pendapat pengunjung setelah berkunjung di Bukit Wisata Pule Payung, walaupun sebenarnya awalnya facebook difungsikan sama seperti instagram hanya untuk mempromosikan Bukit Wisata Pule Payung dengan mengunggah foto, namun seiring berjalannya waktu facebook juga difungsikan sebagai media untuk menyapa pengunjung secara langsung seperti yang dikatakan Dhany Inung N selaku tim pengelola Bukit Wisata Pule Payung bagian pembangunan dan humas

“Untuk facebook, sebenarnya sama dengan instagram, kita gunakan untuk mempromosikan pule payung juga, jadi facebook dan instagram ini jalannya bersamaan, mungkin facebook terlebih dahulu, karena kita promosikan menggunakan akun facebook pribadi masing – masing, namun sekarang sudah ada akun resmi dan banyak yang memberikan komentar – komentar tentang pule

payung, dan alhamdulillah banyak komentar positif tentang pule payung (wawancara pada 23 Januari 2019)”

Kegunaan facebook sebagai media promosi Bukit Wisata Pule Payung tidak jauh berbeda dengan instagram, namun facebook lebih banyak untuk menyapa pengunjung dan mendapatkan *review*, dan *review* tersebut sangat berguna untuk mendapatkan jumlah pengunjung yang banyak, karena *review* dari orang yang pernah kesana akan membuat penasaran orang yang belum pernah kesana apabila memberikan *review* yang baik, namun sebaliknya apabila banyak orang yang menuliskan *review* yang buruk maka, orang lain yang akan datang pun bisa membatalkan rencananya karena sudah kecewa terlebih dahulu setelah membaca *review* yang buruk.



Gambar 12  
Ulasan / review dari pengunjung di faspage Pule Payung  
(Sumber : dokumen pribadi)

Akun facebook yang dimiliki oleh Bukit Wisata Pule Payung tak kalah populer dengan akun instagram, walaupun lebih banyak pengunjung yang mengetahui Bukit Wisata Pule Payung melalui instagram, namun meskipun begitu pesan atau pertanyaan yang masuk melalui halaman facebook juga cukup banyak seperti yang disampaikan Eko Purwanto pada wawancara 13 Februari 2019

“Facebook kita itu karena jarang kita buka, kita buka namun tidak sesering instagram, sekali buka itu pasti notifikasai banyak, baik dari yang *mereview* kirim pertanyaan dll”

Untuk sekarang ini facebook yang dimiliki oleh Bukit Wisata Pule Payung sudah di sambungkan dengan Instagram, jadi sesuatu yang di unggah di instagram akan otomatis masuk juga di facebook, selain memudahkan pengguna facebook yang ingin mengetahui tentang Bukit Wisata Pule Payung juga memudahkan pengelola untuk mengelola akun media sosial seperti yang disampaikan oleh Eko Purwanto pada wawancara 13 Februari 2019

“Sekarang facebook sudah kita *linkkan* dengan instagram, jadi apa yang kita *upload* di instagram akan secara otomatis masuk juga ke facebook, jadi foto – foto kita di instagram ada juga di facebook, itu sangat memudahkan kita dalam megelola akun media sosial kita, sangat disayangkan apabila facebook kita tidak aktifkan karena kekurangan sdm, dan juga yang merekomendasikan pule payung di facebook”

Facebook adalah salah satu media promosi yang dimiliki oleh Bukit Wisata Pule Payung yang dalam kontennya masih kebanyakan isinya sama dengan instagram, namun yang membedakan adalah di facebook

pengunjung dapat secara langsung memberikan *review* atau ulasan serta dapat merekomendasikan bahwa tempat wisata ini layak untuk dikunjungi.

c. Konten Promosi Website

Website Bukit Wisata Pule Payung adalah media promosi yang paling lengkap dibanding media promosi lain, di website calon pengunjung dapat langsung memperoleh informasi harga paket wisata serta dapat langsung memesan tiket secara online. Website resmi Bukit Wisata Pule Payung terdapat banyak fitur dan juga dapat hubungkan langsung ke media sosial yang lain yaitu facebook dan instagram, dan website ini dikelola oleh tim pengelola dari Bukit Wisata Pule Payung sendiri, seperti yang dijelaskan oleh Dhany Inung N dalam wawancara pada 23 Januari 2019.

“Website kita sementara masih belum bisa optimal, karena masih dalam tahapan pembaharuan, mungkin tiga atau empat hari lagi sudah dapat digunakan secara optimal, jadi website itu kita kelola sendiri, kita undang orang yang ahli dibidang website kita suruh dia untuk memberikan semacam workshop ke orang desa sini yang memang kita anggap bisa walaupun hanya sekedar bisa, untuk website sendiri disana nanti pengunjung bisa langsung membeli tiket secara online, disana juga kita berikan paket – paket wisata yang bisa dipilih sesuka hati, dan ada *tools* yang bisa di klik dan otomatis masuk ke instagram, facebook dan whatsapp.”

Dengan website ini pengunjung sangat dimudahkan untuk melihat lebih dalam tentang Bukit Wisata Pule Payung, serta dapat langsung membeli tiket secara online. Di website ini juga diberikan *contact person* yang bisa dihubungi dan akan selalu memberikan jawaban atas segala pertanyaan yang berhubungan dengan Bukit Wisata Pule Payung. Dan

website ini dikelola oleh oleh tim pengelola dari Bukit Wisata Pule Payung sendiri yang sudah mendapatkan pelatihan khusus dari tim pelatih penggunaan website profesional.

Meskipun masih banyak yang perlu diperbaiki, tidak sedikit pengunjung yang sudah membuka website Bukit Wisata Pule Payung dan menanyakan tentang paket wisata yang ditawarkan Bukit Wisata Pule Payung di website, seperti yang disampaikan oleh oleh Eko Purwanto pada wawancara 13 Februari 2019

“Walaupun website kita masih belum sempurna, tapi sudah banyak yang menanyakan tentang info paket wisata, kenapa saya bisa bilang kalau yang menanyakan paket wisata itu orang yang mengunjungi website, karena kita hanya memposting info paket wisata hanya di website saja, sebenarnya kita juga bisa kalau hanya mau melihat berapa orang yang mengunjungi website kita, tapi orang yang mengunjungi website kita belum tentu tujuannya untuk berwisata ke pule payung bisa jadi hanya mau lihat lihat saja, atau bahkan malah hanya kepercet saja, tapi kalau sudah menghubungi kontak person yang tertera pasti orang tersebut ingin kesini, dan tidak sedikit whatsapp yang masuk ke kita menanyakan tentang paket paket wisata”

Website Bukit Wisata Pule Payung lebih dikhususkan untuk mereka yang ingin berkunjung secara berkelompok, atau study wisata, karena di website sendiri paket yang ditawarkan adalah paket untuk rombongan, seperti yang dikatakan Eko Purwanto pada wawancara 13 Februari 2019

“Kalo website kita, kedepannya website ini kita tujukan untuk mereka yang *tour*, biasanya dari darma wanita, atau kelompok lainnya, karena paket wisata yang ditawarkan disana adalah paket wisata untuk group atau rombongan, disana kita sediakan paket bronze gold dan platinum dan sudah tertrea juga harganya di web itu yang nantinya bisa dibeli secara online di website pule payung”



Website Bukit Wisata Pule Payung memang dipegang oleh divisi marketing Bukit Wisata Pule Payung, namun untuk kontak person yang tertera di halaman website itu yang memegang adalah karyawan dari bukit wisata pule payung seperti yang disampaikan oleh Eko Purwanto pada wawancara 13 Februari 2019

“Untuk kontak person, kita ada admin dari karyawan, karena saya dan mas Dhany biar fokus membalas pertanyaan – pertanyaan yang ada di instagram dan facebook, repot kalau kita lakukan semuanya sendiri”

Website Bukit Wisata Pule Payung sendiri sudah bisa dibuka menggunakan alamat web [www.pesonapulepayung.com](http://www.pesonapulepayung.com) namun masih terdapat fitur fitur yang belum bisa diakses, karena kurangnya sumber daya manusia yang bisa dan paham dalam mengolah website, seperti yang dikatakan Eko Purwanto pada wawancara 13 Februari 2019

“Website kami masih banyak yang *buff*, jadi ada beberapa yang belum bisa dibuka, karena yang jelas untuk sekarang ini saya sendirian, agak repot jadinya, teman – teman yang biasa membantu saya masih ada urusan lain terkait lomba, dan untuk sementara semua media promosi pule payung saya yang mengelola termasuk website ini”

Selain dimanfaatkan sebagai media promosi, website Bukit Wisata Pule Payung juga dimanfaatkan untuk menampung masukan – masukan dari pengunjung, karena dengan website pengelola akan lebih mudah memantau terkait masukan – masukan dari pengunjung, seperti yang dikatakan Eko Purwanto pada wawancara 13 Februari 2019

“Jadi review dan masukan - masukan dari pengunjung itu paling banyak malah dari Google Buisnis, itu sangat repot bacanya, belum lagi yang di facebook, nantinya kita ingin kembangkan itu biar bisa

disatukan di website, dan setiap satu bulan sekali kita print masukan – masukan itu dan kita baca sebagai bahan evaluasi untuk pengembangan mutu dan kualitas dari wisata alam pule payung”

Masukan yang diterima oleh Bukit Wisata Pule Payung tak semuanya bersifat positif, namun dari pihak pengelola Bukit Wisata Pule Payung tidak menganggap itu sebagai alasan mereka untuk berhenti berkarya, justru malah digunakan mereka untuk membuktikan bahwa Bukit Wisata Pule Payung tidak seperti yang mereka katakan, seperti yang dikatakan oleh Suratman ketua pengelola Bukit Wisata Pule Payung

“Isi dari review atau masukan – masukan dari pengunjung itu berbeda – beda, ada komentar, ada yang protes ada yang ngasih saran, tapi itu semua kita terima dengan lapang dada, komentar yang baik jangan menjadikan kita sombong, kalau komentar yang buruk kita juga jangan terpancing terbawa emosi, pada intinya semua masukan baik baik ataupun buruk kita terima demi kebaikan bersama untuk membangun pule payung ini agar terus maju dan berinovasi (wawancara pada 23 Januari 2019)”

Dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat, website Bukit Wisata Pule Payung memiliki peran yang besar terhadap pemasaran produk produk UMKM yang digeluti oleh masyarakat sekitar Bukit Wisata Pule Payung khususnya warga desa Hargotirto Kokap Kulon Progo, seperti yang disampaikan Eko Purwanto pada wawancara 13 Februari 2019

“Untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat selain kita beri ruang berkarya di wisata pule payung, kita juga menerima produk produk olahan rumah tangga yang ingin dipasarkan di pule payung, tidak ada ketentuan khusus terhadap produk yang ingin dipasarkan sama kita, yang jelas produk itu benar – benar ada, dan bisa dibeli secara langsung, karena nanti di website kita akan pameran produk – produk tersebut, agar supaya pengunjung saat melihat berbagai produk yang ada di pule payung bisa dibeli dan digunakan sebagai oleh – oleh, nantinya pengunjung bisa memesan terlebih dahulu melalui website atau bisa juga membeli secara langung di pule payung”

Selain produk olahan rumah tangga, Bukit Wisata Pule Payung juga menyediakan penginapan yang juga adalah milik warga sekitar yang juga bisa dipesan secara online melalui website Bukit Wisata Pule Payung, seperti yang disampaikan Suratman pada wawancara 23 Januari 2019

“Homestay di rumah penduduk juga kita kembangkan, untuk memberikan fasilitas kepada para pengunjung yang jauh – jauh agar punya tempat untuk beristirahat, kan kalau fasilitas kita komplit pengunjung juga senang, selain itu juga memberikan penghasilan tambahan bagi para penduduk di sekitar sini, yang dulunya hanya berkebun, sekarang punya penghasilan tambahan, dan itu juga bisa dipesan melalui website”

Produk yang ingin dipasarkan oleh Bukit Wisata Pule Payung diantaranya adalah olahan makanan, mercendise dan penginapan, yang nantinya dapat dipesan secara online di website pule payung, seperti yang disampaikan oleh Eko Purwanto pada wawancara 13 Februari 2019

“Untuk sementara ini, sudah ada produk makanan yang banyak masuk ke kita setelah itu homestay dan juga mercendise buatan tangan warga sini, dan nanti kita foto produk produk itu dan kita kasih harga dan kita publish di website pule payung di fitur produk, disitu kita khususkan UMKM yang mengisi”

Dalam pembuatan website Bukit Wisata Pule Payung memilih desain web yang minimalis, tidak terlalu banyak gambar, karena mereka berfikir bahwa jika web yang terlalu banyak gambar atau konten konten akan membuat website menjadi lebih berat dan menyulitkan pengunjung untuk membuka website Bukit Wisata Pule Payung, seperti yang dikatakan Eko Purwanto dalam wawancara 13 Februari 2019

“Kalo website sendiri kita memilih desain web yang simpel, yang tidak berat kalo dibuka, dengan tampilan yang minimalis dan tidak berat menurut saya itu memudahkan pengunjung untuk mengakses

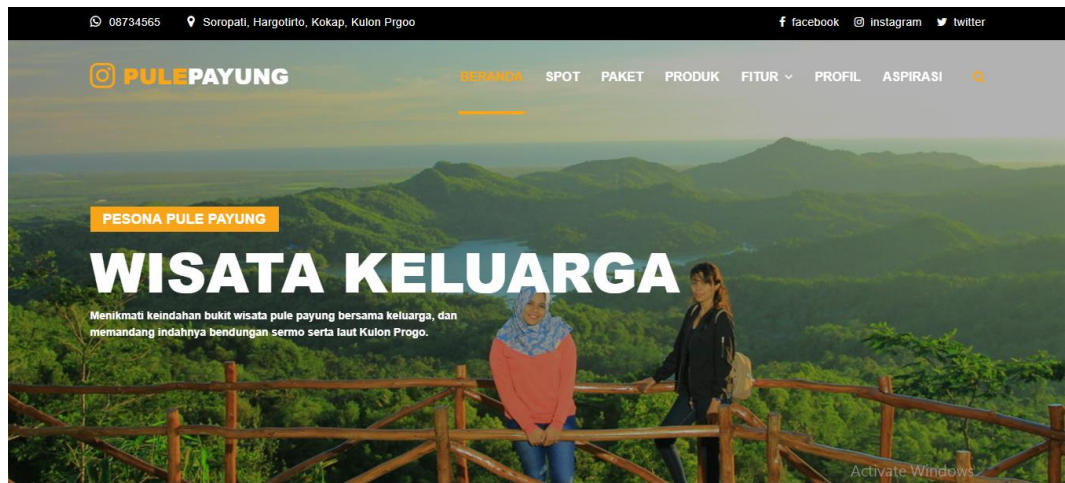
website kita, kan kasihan kalau pengunjung harus menghabiskan banyak kuota hanya untuk membuka website saja, jadi kita buat se simple dan seringan mungkin untuk kenyamanan pengunjung,”

Karena lokasi Bukit Wisata Pule Payung ini terletak di pegunungan banyak kendala dalam pengelolaan website terutama terkendala pada jaringan internet, seperti yang disampaikan oleh Eko Purwanto pada wawancara 13 Februari 2019

“Kalau kendala kita biasanya di internet, kalau pas hujan internet itu kadang suka susah, disini sudah ada wifi yang sudah cukup lancar internetnya, kita ada dua yang khusus untuk pengelola dan untuk dipakai pengunjung secara gratis, namun di cuaca tertentu kadang sinyalnya jadi tidak bagus”

Berbeda dengan media promosi yang lain, website adalah media promosi yang berbayar dalam pembuatan akunnya, oleh karena itu pihak pengelola Bukit Wisata Pule Payung, dalam mengelola website lebih akan dimaksimalkan seperti yang disampaikan Eko Purwanto pada wawancara 13 Februari 2019

“Buat bikin website kita dulu bayar ke domain itu Rp.600.000,- untuk satu tahun, dan sekarang sudah membayar lagi Rp.600.000,-, sangat disayangkan apabila kita tidak optimal dalam pemanfaatan website ini, karena kita sangat minimlakan *budged* untuk promosi di media sosial, kita lebih untuk ke sumber daya manusia kita, seperti instagram dan facebook kita tidak ada pendanaan khusus, mungkin hanya untuk membayar wifi saja, karena memang disini kalau hanya mengandalkan sinyal dari paket data hp tidak bisa, sinyal disini susah untuk itu kita memutuskan untuk pasang wifi”



Gambar 13  
Tampilan website pule payung baru  
(Sumber : pesonapulepayung.com)

Website adalah media promosi Bukit Wisata Pule Payung yang dalam pembuatan akunnya mempunyai *budget* tersendiri, Website Bukit Wisata Pule Payung difungsikan sebagai media promosi baik untuk mempromosikan Wisata Alam Bukit Wisata Pule Payung dan juga mempromosikan produk produk UMKM yang dimiliki oleh warga sekitar Bukit Wisata Pule Payung, konten dari website juga lebih banyak di khususkan untuk pengunjung yang ingin berwisata dalam jumlah yang banyak atau rombongan, fitur fitur yang ada di website juga dapat membantu pengunjung untuk mengetahui lebih dalam tentang Bukit Wisata Pule Payung, karena disitu ada ulasan juga tentang Bukit Wisata Pule Payung oleh pengunjung yang pernah singgah di Bukit Wisata Pule Payung,

Selain menggunakan media sosial, sebenarnya pengelola Bukit Wisata Pule Payung juga pernah mengikuti bursa pariwisata, namun hanya sekali, karena dianggap tidak membuahkan hasil yang baik, dan memerlukan biaya yang sangat besar.

“Dulu kita pernah ikut bursa pariwisata di Jakarta, namun tidak membuahkan hasil apa – apa, dan biaya untuk transportasi dll juga begitu besar. Eko (13 Februari 2019) ”

Dari ketiga media promosi yang dimiliki oleh Bukit Wisata Pule Payung, ketiganya memiliki peran dan fungsi masing – masing, yang tidak jauh berbeda dan memiliki tujuan yang sama yakni mempromosikan Bukit Wisata Pule Payung agar mendapatkan pengunjung dengan jumlah yang banyak.

## **B. PEMBAHASAN**

Dalam pembahasan , peneliti akan membahas mengenai hasil data yang telah diperoleh dari observasi dan wawancara yang nantinya akan disajikan untuk kemudian dikaitkan dengan kajian teori yang telah tertera pada bab 1.

### **B1. Penetapan Tujuan Komunikasi**

Promosi online yang dikakukan oleh pengelola Bukit Wisata Pule Payung adalah untuk mempromosikan wisata alam dengan tujuan untuk menarik minat pengunjung, disisi lain juga memiliki tujuan memasarkan produk produk lokal melalui media baru sebagai sarana promosinya. Cravens (1998:77), menjelaskan strategi promosi adalah perencanaan, implementasi, dan pengendalian komunikasi dari suatu organisasi kepada para konsumen dan sasaran lainnya. Fungsi promosi dalam bauran pemasaran adalah untuk mencapai berbagai tujuan komunikasi dengan setiap konsumen. Komponen-komponen bauran promosi mencakup periklanan, penjualan perorangan, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat. Tanggung jawab pemasaran yang penting adalah merencanakan dan

mengkoordinasikan strategi promosi terpadu dan memilih strategi untuk komponen-komponen promosi.

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh pengelola Bukit Wisata Pule Payung sesuai dengan pernyataan Cravens dimana dengan mengunggah foto foto menarik di sosial media, Bukit Wisata Pule Payung memiliki tujuan agar pengguna sosial media menjadi tertarik dan berminat untuk berkunjung ke Bukit Wisata Pule Payung serta membeli produk yang telah diiklankan di website.

### **B1. Media Baru Sebagai Sarana Promosi**

Dalam kegiatan promosi, Bukit Wisata Menggunakan media baru sebagai sarana untuk mendapatkan pengunjung, seperti yang dikatakan oleh Danaher dan Davis (2003:462) Media baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai media baru adalah digital, seringkali memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, mampat, interaktif dan tidak memihak. Secara sederhana media baru adalah media yang terbentuk dari interaksi antara manusia dengan komputer dan smartphone dan internet secara khususnya. Termasuk di dalamnya adalah web, blog, online social network, online forum dan lain-lain yang menggunakan komputer sebagai medianya. New media adalah sebuah media yang memfasilitasi interaksi antara pengirim dan penerima.

Promosi yang dilakukan oleh Bukit Wisata Pule Payung menggunakan media digital, menggunakan komputer dan smartphone sebagai sarana penunjang

keberlangsungan kegiatan promosi, selain itu juga Bukit Wisata Pule Payung memiliki akun *social network* dan web yang aktif dalam kesehariannya serta ada interaksi antara calon pengunjung dengan pengelola Bukit Wisata Pule Payung dengan komputer atau smarphone sebagai media penghubung keduanya. Menurut hasil wawancara peneliti dengan pengelola Bukit Wisata Pule Payung, kegiatan interaksi antara calon pengunjung dengan pengelola Bukit Wisata Pule Payung seringkali terjadi pada sosial media yang dimiliki oleh Bukit Wisata Pule Payung pada instagram.

Sesuai dengan pendapat Rogers bahwa media baru merupakan media yang mewadahi komunikasi interaktif, memungkinkan komunikator dan komunikan bertukar pesan secara massif namun tetap dua arah. Kelak di kemudian hari ekspektasi Rogers terbukti dengan munculnya internet, telepon seluler, dan games. Sebagai teknologi komunikasi baru, ketiganya memenuhi syarat-syarat komunikasi modern yakni cepat, efisien, canggih, bersifat personal, dan interaktif.

Internet sudah menjadi bagian penting dari berdirinya Bukit Wisata Pule Payung terlebih pada sektor promosi yang dimana sebagian besar promosi yang dilakukan Bukit Wisata Pule Payung adalah promosi secara online. Facebook Instagram dan website adalah media online yang dimanfaatkan oleh pengelola Bukit Wisata Pule Payung sebagai media promosi

Teknologi komputer dan internet adalah hal yang mendasari munculnya istilah new media. Secara sederhana new media berasal dari kata “new” yang berarti baru dan “media” yang berarti alat yang digunakan sumber untuk



menyampaikan pesannya kepada penerima (Mulyana, 2008:70). ( Nuswantoro, Aloysius Ranggabumi “ *Konservasi Media : Memori Kultural Pada Media Lama* ”. Jurnal Ilmu Komunikasi Vol.11 No. 2 Desember 2014. Hal. 133 )

## **B2. Promosi Online Bukit Wisata Pule Payung**

Dalam menarik minat pengunjung, Bukit Wisata Pule Payung mempromosikan wisata alam melalui media online. Edward L. Brink dan William T. Kelly menyebutkan bahwa promosi terdiri dari “upaya yang dilaksanakan oleh penjual secara terkoordinasi untuk membentuk saluran informasi dan persuasi guna meningkatkan penjualan barang atau jasa tertentu, dan menerima ide-ide serta pandangan tertentu”. Membicarakan promosi online itu sendiri tidak jauh dengan istilah internet menurut Oetomo (2000) menyebutkan bahwa internet merupakan singkatan atau kependekan dari *international network*, yang didefinisikan sebagai suatu jaringan komputer yang sangat besar, dimana jaringan komputer tersebut terdiri dari beberapa jaringan-jaringan kecil yang saling terhubung satu sama lain. Lebih lanjut dijelaskan pula jaringan komputer yang sangat besar ini bisa mencakup jaringan diseluruh dunia sementara menurut Jamaludin, Arifin, dan Hidayat (2015: 4) promosi *online* adalah proses kegiatan yang dilakukan oleh pihak (perusahaan) dalam menawarkan produk barang atau jasa yang dikenalkan atau diiklankan melalui media *online (internet)*, sehingga tidak terjadi tatap muka langsung antara pembeli dan penjual.

Pada Bukit Wisata Pule Payung promosi yang dilakukan untuk mencari atau mendapatkan pengunjung selain itu juga promosi yang dilakukan oleh wisata

Bukit Wisata Pule Payung juga membawa nama Kulon Progo, karena sudah terpilih sebagai perwakilan pariwisata kulon progo yang berbasis digital. Media online adalah sarana yang digunakan Bukit Wisata Pule Payung dalam menawarkan produk produknya yaitu spot foto wisata alam, dan antara pihak pengelola juga sangat jarang bertatap muka dengan calon pembeli, segala macam pertanyaan dijawab langsung melalui media online yang dimiliki,

Adapun media online yang dimiliki Bukit Wisata Pule ada tiga yaitu Instagram, Facebook dan Website.

a. Instagram

Instagram adalah salah satu media sosial yang digunakan Bukit Wisata Pule Payung dalam mempromosikan destinasi wisatanya. Berdasarkan sumber e-marketer.com (2017), penggunaan instagram di Indonesia bagi pengguna dengan usia 16-35 tahun, melakukan posting foto-foto saat travelling mencapai 48.4% (peringkat ketiga). Di Indonesia, jumlah pengguna instagram aktif mencapai 22 juta orang. Adapun dengan persebaran demografi pengguna instagram 18-29 tahun memiliki penggunaan terbesar yaitu 83%. Namun 18% dari mereka yang berumur 30-49 tahun dan 6% dari umur 50-64 tahun juga menggunakan instagram. Berdasarkan data tersebut, maka instagram merupakan salah satu media sosial yang potensial untuk digunakan sebagai media promosi. ( Indika R daru & Cindy Jovita “ *Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi...*” Jurnal Bisnis Terapan Vol. 1 No. 1 Juni 2017 Hal. 26 ).

Akun instagram Bukit Wisata Pule Payung dengan nama pulepayung sekarang ini memiliki jumlah pengikut sebanyak 7.725 dengan jumlah postingan 686 yang terdiri dari foto dan video. Sebagian besar postingan di akun instagram Bukit Wisata Pule Payung diisi dengan *repost* dari pengunjung, berdasarkan penelitian dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti sebanyak kurang lebih 75% postingan di akun instagram pulepayung adalah hasil repost dari pengunjung, Eko Purwanto selaku marketing dari Bukit Wisata Pule Payung juga mengatakan demikian.

Didalam penggunaan Instagram terdapat beberapa kemungkinan yang dapat mempermudah kita, seperti:

1. Instamazing, yang memungkinkan kita mencari geolocations untuk melihat letak foto-foto terbaru, memungkinkan mencari pengguna dan hashtag yang memberikan hasil kata pencarian baik untuk semua orang yang termasuk kata itu serta sejumlah foto dengan masing-masing hashtag,
2. Findergram, memungkinkan pencarian hashtag, memberikan pilihan untuk menampilkan gambar yang sedang diunggah mereka, hasil pencarian terbatas karena hanya menunjukkan jumlah foto-foto yang dikelompokkan,
3. WorldCam, untuk search engine foto geolocated tidak hanya di kota tetapi di tempat-tempat tertentu di berbagai kota,

4. Webstagram, memungkinkan mencari hashtag dan kata kunci yaitu dengan menemukan foto dimana kata itu muncul dalam beberapa cara atau yang lain, baik sebagai hashtag (memberikan jumlah total foto) atau hanya sebagian dari nama pengguna dari judul foto,
5. Search instagram, dengan mesin pencari dengan kata kunci dan hashtag dimana ia dapat menyarankan hashtag terkait, 6
6. Nitrogram, situs yang fokus pada menawarkan pengguna Instagram kemungkinan menjaga kontrol dari aktivitas mereka dan interaksi dengan pengguna lain. Menghasilkan statistik berdasarkan jumlah foto diunggah, pada suka dan jumlah komentar yang diterima (Martínez et al., 2014).

Instamizing dilakukan oleh pengelola Bukit Wisata Pule Payung dalam mengisi konten di instagram dimana selalu mencantumkan lokasi di setiap foto dan video yang di posting di instagram serta memberikan *hashtag* di setiap postingannya.

Findergram adalah pencarian berdasarkan tagar dan mengelompokkan postingan yang sesuai dengan tagar yang dicari, seperti halnya Bukit Wisata Pule Payung, dengan menggunakan *#wisatakulonprogo* & *#wisatajogja*, maka pengguna instagram yang ingin berwisata ke jogja akan menemukan salah satu postingan Bukit Wisata Pule Payung apabila mencari menggunakan tagar tersebut.

WorldCam, *geolocated* Bukit Wisata Pule Payung sudah terdaftar di instagram, meskipun letak Bukit Wisata Pule Payung di pegunungan, namun lokasinya dapat di cari di instagram dengan mudah dan disertai *maps* yang semaksimal memudahkan pengunjung dari luar kota menuju lokasi Bukit Wisata Pule Payung.

Pemanfaatan webstergram Bukit Wisata Pule Payung, hanya akan muncul jika pengguna instagram menggunakan kata kunci pule payung atau dengan tagar #pulepayungkulonprogo, dan untuk kata kunci wisata masih diisi oleh akun – akun yang menggunakan nama wisata didepannya seperti wisata kalibiru.

Search instagram, Bukit Wisata Pule Payung di instagram akan lebih mudah ditemukan apabila menggunakan kata kunci pule payung, apabila menggunakan kata kunci wisata di *search instagram*, instagram tidak menyarankan Bukit Wisata Pule Payung dalam 6 akun terkait.

Nitrogram, juga digunakan oleh Bukit Wisata Pule Payung, untuk melakukan evaluasi dan selalu dibuka setiap melakukan evaluasi kinerja.

Dari beberapa kriteria dalam pemanfaatan instagram sebagai media promosi yang memudahkan calon pengunjung untuk menemukan dan menerima pesan, Bukit Wisata Pule Payung sudah hampir optimal dalam pengelolaan akun instagramnya, meskipun masih ada yang perlu

diperbaiki, seperti dalam pemilihan nama akun yang sulit untuk muncul di rekomendasi 6 akun dari instagram di kotak dialog pencarian instagram saat mencari dengan kata kunci wisata, namun untuk pemilihan tagar dan postingan sudah masuk dalam kriteria instagram yang baik dalam penyampaian pesan dan mempermudah calon pengunjung dalam menemukan Bukit Wisata Pule Payung di instagram.

Instagram adalah media yang efektif untuk melakukan kegiatan promosi salah satu contohnya adalah eWOM yang terjadi di media sosial instagram. Melalui wawancara dan observasi banyak orang yang mengunggah foto di instagram pribadi mereka dengan menuliskan *caption* yang diantaranya adalah merekomendasikan teman – teman mereka untuk datang ke Bukit Wisata Pule Payung, tak hanya orang biasa, artis ibu kota yang datang ke Bukit Wisata Pule Payung juga mengunggah foto di instagram pribadinya yang secara tidak langsung membuat para fans atau followersnya di instagram tertarik untuk datang ke tempat dimana idolanya pernah singgah. Disisi lain promosi di instagram *Low Cost* , tidak ada anggaran khusus yang digunakan Bukit Wisata Pule Payung dalam beriklan di instagram, pengelola Bukit Wisata Pule Payung hanya memanfaatkan feed instagram, mereka belum sampai beriklan yang berbayar di instagram walaupun suatu saat mereka akan memanfaatkan itu, namun untuk sekarang ini belum sampai ke sana.

## b. Facebook

Lasmadiarta (dalam Utami 2012) menambahkan bahwa kepercayaan adalah hal yang penting dalam melakukan penawaran, melalui Facebook orang dapat membangun kepercayaan dengan menyampaikan pesan berupa informasi-informasi sebagai berikut :

- Cantumkan informasi tentang profil sebanyakbanyaknya (selama tidak mengganggu privasi)
- Masukkan alamat dan kontak yang bisa dihubungi
- Cantumkan beberapa nama perusahaan rekanan (bila ada)
- Jadilah member dari halaman orang-orang terkenal
- Posting sesuatu yang bermanfaat
- Masukkan foto-foto presentasi yang meyakinkan
- Penyampaian Pesan

Kunci pemasaran menggunakan facebook adalah membangun kepercayaan kepada pengguna facebook terhadap akun kita. Bukit Wisata Pule Payung dalam akun facebooknya mencantumkan banyak informasi personal didalamnya, seperti alamat, nomor telfon, akun media sosial lain yang terkait dll, pengelola juga selalu memposting sesuatu yang bermanfaat seperti pemberitahuan tentang buka atau tutupnya Bukit Wisata Pule Payung. Didalam facebook tersebut juga banyak terdapat foto – foto yang menarik seputar Bukit Wisata Pule Payung, namun sangat disayangkan akun facebook Bukit Wisata Pule Payung sekarang ini kurang terurus dan pengelola hanya

mengandalkan postingan yang ada di instagram yang otomatis masuk di akun facebook, dalam hal ini dapat mempengaruhi kepercayaan dan minat pengguna facebook untuk *surfing* di akun facebook Bukit Wisata Pule Payung karena pesan yang disampaikan dirasa kurang menarik dan monoton.

c. Website

Membangun situs web yang profesional bukan hanya sekedar membuat tampilan atau desain yang apik saja tetapi juga harus memikirkan bagaimana agar situs tersebut dikunjungi oleh banyak orang dan dapat membuat betah pengunjungnya untuk *surfing*. Ciri web yang profesional diantaranya adalah memiliki desain yang apik dan juga memiliki berbagai aplikasi yang interaktif dan dramatis. Situs yang statis hanya dapat dibaca dan dilihat, tetapi tidak dapat ditulisi dan dieksekusi. Hal ini akan membuat web menjadi membosankan. Komunikasi dua arah antara pembuat dan pengunjung tidak akan terjalin dengan baik. (Wahana)

Website Bukit Wisata Pule Payung yang dapat diakses menggunakan alamat [www.pesonapulepayung.com](http://www.pesonapulepayung.com) berisi tentang informasi wisata dan juga tertera paket wisata untuk rombongan dan tercantum juga harga disetiap paketnya, selain itu juga website Bukit Wisata Pule Payung disertai dengan gambar – gambar menarik, website Bukit Wisata Pule Payung nantinya selain diisi dengan konten wisata alam rencananya juga akan diisi dengan produk – produk lokal



industri rumahan milik warga sekitar Bukit Wisata Pule Payung. Berdasarkan observasi dan wawancara, website Bukit Wisata Pule Payung sengaja tidak banyak diisi dengan gambar maupun video, website didesain seminimalis mungkin namun tetap indah dipandang, karena pengelola website beranggapan bahwa jika website terlalu banyak konten akan membuat website menjadi berat dan susah untuk dibuka selain itu juga menghabiskan banyak kouta data, disisi lain juga membebani calon pengunjung.

Beberapa fitur yang bisa dimanfaatkan oleh calon pengunjung di website Bukit Wisata Pule Payung diantaranya adalah *on-line reservation*, yang memudahkan calon pengubjung untuk memesan tiket bahkan akomodasi secara online melalui website. Selain itu juga di website Bukit Wisata Pule Payung juga tercantum nomer Whatsapp dari Bukit Wisata Pule Payung yang bisa dihubungi dan dapat menjawab semua pertanyaan terkait dengan wisata secara langsung 24 jam.

Website sangat membantu Bukit Wisata Pule Payung dalam pemasarannya karena jangkauan website yang luas dapat merambah sampai dengan luar negeri, yang membuat pengunjung dari Bukit Wisata Pule Payung tak hanya dari dalam negeri namun juga dari luar negeri. Harapannya produk – produk industri rumahan yang akan juga dipasarkan di website ini akan juga menuai hasil seperti wisata

alamnya karena Bukit Wisata Pule Payung juga memiliki tujuan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar.

Website promosi yang terpercaya adalah sebagai berikut:

1. Memiliki Domain ".co.id" atau ".com".
2. Menggunakan nama Brand, bukan kata kunci.
3. Mencatumkan alamat perusahaan ataupun toko.
4. Mencatumkan nomor telepon perusahaan atau toko.
5. Nomor telepon yang digunakan (masih) aktif.

( Riyanto, 2015 : 34)

Website Bukit Wisata Pule Payung merupakan website yang terpercaya dan meyakinkan calon pelanggan untuk bertransaksi di website tersebut., website yang digunakan menggunakan domain .com yaitu pesonapulepayung.com, yang artiya website tersebut berbayar tidak hanya sekedar gratisan dari internet. Selain itu juga meggunakan nama brand pule payung itu sendiri bukan kata kunci seperti wisata jogja atau kata kunci yang lain sejenisnya. Dalam website terseut juga dicantumkan alamat serta nomor telfon yang jelas dan dapat dihubungi setiap saat, kesesuaian produk dan harga yang ditawarkan pun jelas masuk akal dan meyakinkan calon pengunjung. Website Bukit Wisata Pule Payung tergolong website yang dipercaya, namun karena masih banyak fitur yang belum bisa dibuka, bisa jadi akan

menurunkan kepercayaan calon pengunjung terhadap website tersebut karena dianggap tampak kurang profesional.

Media baru dan promosi online adalah dua hal yang tak bisa lepas dari berkembangnya Bukit Wisata Pule Payung, wisata alam berbasis digital adalah salah satu ciri dari Bukit Wisata Pule Payung, dan kedepannya tak hanya sampai ke promosi, namun segala macam transaksi di Bukit Wisata Pule Payung akan menggunakan sistem digital untuk memudahkan para pengunjung dan tuntutan dari terpilihnya Bukit Wisata Pule Payung sebagai Smart City Kulon Progo di sektor Wisata Alam.