

PROMOSI GOA PINDUL SEBAGAI OBJEK WISATA ALAM DAN EDUKASI

Zinta Maela Dewi, Teti Indriati Kastuti, S.S., M.Pd., M.Par.

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk promosi yang dilakukan oleh pengelola Desa Wisata Bejiharjo untuk meningkatkan minat berkunjung wisatawan ke Goa Pindul serta untuk mengetahui kegiatan wisata alam yang dibuat oleh pengelola Desa Wisata Bejiharjo.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Setelah data terkumpul, kemudian data dianalisis secara deskriptif kualitatif dan disajikan dalam bentuk laporan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem promosi Desa Wisata Bejiharjo (Dewa Bejo) menggunakan beberapa metode diantaranya media sosial dan jejaring atau kerjasama dengan beberapa pihak. Media sosial yang digunakan antara lain Instagram, Facebook, dan website resmi Dewa Bejo yang dikelola sendiri oleh admin Desa Wisata Bejiharjo. Dewa Bejo juga bekerjasama dengan beberapa penggiat wisata yang berada di Yogyakarta antara lain PHRI (Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia) dan ASITA (Asosiasi Perusahaan Perjalanan Wisata Indonesia). Kegiatan wisata alam yang berada di Dewa Bejo antara lain Goa Pindul, Goa Gelatik, Goa Tanding, dan Body Rafting Sungai Oya. Goa Pindul termasuk dalam salah satu jajaran Geosite Gunung Sewu Global Geopark.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa perlu adanya peningkatan melalui promosi media sosial dan pembaharuan informasi mengenai wisata yang berada di Desa Wisata Bejiharjo.

Kata kunci: Goa Pindul, desa wisata Bejiharjo, wisata alam, promosi

PINDUL GOA PROMOTION AS NATURAL TOURISM AND EDUCATION

Zinta Maela Dewi, Teti Indriati Kastuti, S.S., M.Pd., M.Par.

Abstract

The purpose of this study was to determine the form of promotion carried out by the Bejiharjo Tourism Village manager to increase tourist interest in visiting Pindul Cave and to find out the nature tourism activities made by the Bejiharjo Wiisata Village manager.

This research is a qualitative research. Data were collected through interviews, observation, documentation, and literature study. After the data is collected, then the data is analyzed descriptively qualitatively and presented in the form of a report.

The results showed that the promotion system of Bejiharjo Tourism Village (Dewa Bejo) used several methods including social media and networking or collaboration with several parties. The social media used include Instagram, Facebook, and the official Dewa Bejo website which is managed by the Bejiharjo Tourism Village admin. Dewa Bejo also collaborates with several tourism activists in Yogyakarta, including PHRI (Indonesian Hotel and Restaurant Association) and ASITA (Association of Indonesian Travel Companies). Natural tourism activities in Dewa Bejo include Pindul Cave, Gelatik Cave, Tanding Cave, and Oya River Body Rafting. Pindul Cave is included in one of the ranks of the Gunung Sewu Global Geopark Geosite.

The conclusion of this study is that there is a need for improvement through social media promotion and updating of information about tourism in Bejiharjo Tourism Village.

Keywords: Pindul Cave, Bejiharjo tourism village, nature tourism, promotion