

## Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Alat Promosi Geowisata Di MTs Nurul 'Ulum, Desa Bungin Campang, Kecamatan Simpang, Kabupaten Oku Selatan, Provinsi Sumatera Selatan

Idarwati<sup>1</sup>, Budhi Setiawan<sup>1</sup>, Yogie Zulkurnia Rochmana<sup>1</sup>, Edy Sutriyono<sup>1</sup>, Ika Juliantina<sup>1</sup>, M. Malik Ibrahim<sup>1</sup>, Devyanto Kurniawan<sup>1</sup>, Bening Alya Khatulistiwa<sup>1</sup>, Anisa Nurjanah<sup>1</sup>, Ananda Giselle Putri<sup>1</sup>, Novita Meryana<sup>1</sup>, M. Aldriansyah Abelino<sup>1</sup>, M. Radja Dwi Putra Simatupang<sup>1</sup>, Hanisa Dean Syaputri<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Teknik Geologi, Universitas Sriwijaya, Palembang

Corresponding author : [yogie.zrochmana@ft.unsri.ac.id](mailto:yogie.zrochmana@ft.unsri.ac.id)

Diterima: 05 Februari 2025    Revisi: 01 Maret 2025    Disetujui: 17 Maret 2025    Online: 20 April 2025

**ABSTRAK:** Sosial media kini menjadi alat promosi yang sangat efektif, termasuk di bidang pariwisata. Namun, banyak objek geowisata di Indonesia, seperti Goa Kelambit di OKU Selatan, yang belum dimanfaatkan secara optimal. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan keterampilan digital siswa dan seluruh masyarakat Desa Bungin Campang dalam mempromosikan geowisata serta mengevaluasi potensi Goa Kelambit sebagai objek wisata dan sarana pendidikan. Metode yang digunakan pada kegiatan pengabdian ini meliputi analisis sosial media, survei lokasi, sosialisasi, pelatihan di MTs Nurul 'Ulum, dan praktik pembuatan konten di lapangan. Hasil menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan ini berhasil meningkatkan pemahaman siswa dan seluruh masyarakat mengenai promosi pariwisata melalui sosial media. Namun, dengan keterbatasan akses internet di lokasi menyebabkan terjadinya kendala dalam pengunggahan konten secara *real - time*. Hal ini menyoroti perlunya peningkatan infrastruktur telekomunikasi di daerah lokasi pengabdian tersebut untuk mendukung promosi pariwisata melalui sosial media dengan lebih efektif dan efisien. Dengan adanya infrastruktur yang lebih baik, potensi geowisata Goa Kelambit dapat dioptimalkan dan memberikan dampak positif bagi masyarakat.

**Kata Kunci:** Bungin Campang, Geowisata, Goa Kelambit, Sosial Media.

**ABSTRACT:** *Social media is now a very effective promotional tool, including in the tourism sector. However, many geotourism objects in Indonesia, such as Kelambit Cave in OKU Selatan, have not been optimally utilized. This service activity aims to improve the digital skills of students and the entire community of Bungin Campang Village in promoting geotourism and evaluating the potential of Kelambit Cave as a tourist attraction and educational facility. The methods used in this community service activity include social media analysis, location surveys, socialization, training at MTs Nurul 'Ulum, and content creation practices in the field. The results showed that this training activity succeeded in increasing the understanding of students and the entire community regarding tourism promotion through social media. However, the limited internet access at the location caused obstacles in uploading content in real time. This highlights the need to improve telecommunications infrastructure in the service location area to support tourism promotion through social media more effectively and efficiently. With better infrastructure, the geotourism potential of Kelambit Cave can be optimized and have a positive impact on the community.*

**Keywords:** Bungin Campang, Geotourism, Kelambit Cave, Social Media.

### PENDAHULUAN

Sosial media telah menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat modern, termasuk di Indonesia. Aplikasi seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube bukan lagi sekadar alat untuk berkomunikasi, tetapi juga telah berkembang menjadi sarana penting dalam menyebarluaskan informasi, termasuk dalam media pemasaran dan promosi online (Wira Perdana et al., 2023). Sosial media adalah platform digital yang memiliki potensi besar untuk pemberdayaan masyarakat. Melalui pemberdayaan ini, sosial media

dapat dimanfaatkan sebagai alat promosi produk atau jasa, termasuk dalam memasarkan produk pariwisata (Trihayuningtyas et al., 2019). Penggunaan sosial media juga menawarkan kemampuan untuk menjangkau khalayak yang luas dan dinilai lebih efektif karena dapat menggunakan waktu yang relatif cepat dan biaya yang jauh lebih murah (Mardani & Christanti, 2022). Hal ini membuatnya sangat efektif dalam mempromosikan berbagai sektor, salah satunya adalah pariwisata.

Pariwisata adalah sektor yang terus berkembang, peran sosial media dalam promosi pariwisata semakin

signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Dengan demikian, penting memahami dan mencari tahu lebih mengenai bagaimana sosial media dapat menjadi alat yang efektif dalam mempromosikan suatu objek wisata, baik di tingkat desa ataupun lokal (Yanti et al., 2024). Selain menjadi platform untuk membagikan informasi, sosial media juga memungkinkan interaksi langsung antara pengelola wisata dan calon wisatawan. Penggunaan sosial media yang efektif dapat meningkatkan visibilitas destinasi dan membangun komunitas yang tertarik dengan wisata tersebut (Aprilianadi et al., 2023).

Indonesia memiliki sumber daya alam yang berpotensi untuk dikembangkan menjadi objek wisata yang menarik dan menjanjikan. Oleh karena itu, sumber daya alam yang tersedia sepatutnya dimanfaatkan dan dioptimalkan sebagai daya tarik wisata (Putrianti, 2022). Indonesia, dengan keanekaragaman alam dan kekayaan geologinya, memiliki potensi besar dalam pengembangan pariwisata. Jika dimaksimalkan, potensi pariwisata dapat menunjang ekonomi masyarakat dan negara (Susilo, et al., 2024). (Widagdo et al., 2022) mengemukakan bahwa keragaman dan keunikan geologi yang dimiliki suatu daerah dapat menjadi potensi penting dalam mendukung program pariwisata, salah satunya adalah kegiatan pengembangan dan pemanfaatannya sebagai objek wisata berbasis edukasi geologi (geowisata).

Geowisata atau *geotourism* merupakan jenis pariwisata yang berfokus pada pelestarian lingkungan dan keunikan geologi suatu daerah, termasuk bentang alam, batuan, struktur geologi, fosil, hingga sejarah kebumian (Bidang Sumber Daya Alam dan Investasi Bappeda Kabupaten Bandung, 2021). Geowisata di definisikan sebagai salah satu penemuan baru di bidang pariwisata berfokus untuk mempromosikan geologi dan geomorfologi di tempat wisata (Robot, 2021). Jenis pariwisata ini tidak hanya memberikan pengalaman wisata yang menarik, tetapi juga meningkatkan pemahaman masyarakat akan fenomena alam dan pentingnya menjaga kelestarian sumber daya alam. Geowisata berfungsi sebagai sarana edukasi dan konservasi, yang jika dikelola dengan baik, dapat membawa dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan (Ridho et al., 2020). Selain itu, geowisata memiliki potensi untuk meningkatkan ekonomi lokal dengan memperkenalkan pariwisata alam yang berkelanjutan.

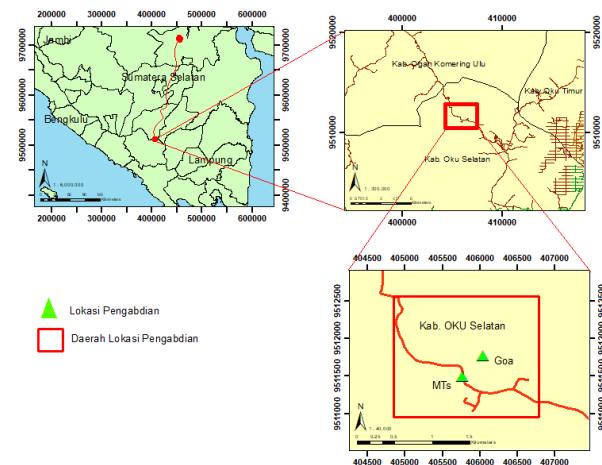
Salah satu objek wisata yang perlu dikembangkan menjadi geowisata salah satunya berada di Desa Bungin Campang, Kecamatan Simpang, Kabupaten OKU Selatan, Sumatera Selatan yaitu Goa Kelambit. Goa

memiliki jenis batuan yang unik, stalaktit, dan stalagmit yang terbentuk selama ribuan tahun, menjadikannya situs penting untuk studi geologi (Setiyawan, 2017). Goa juga memiliki potensi besar sebagai sarana pendidikan. Goa dapat dijadikan laboratorium alam untuk penelitian ilmiah di bidang geologi, ekologi, dan arkeologi (Anwar et al., 2023).

Pelatihan ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan keterampilan digital para siswa, tetapi juga untuk membekali mereka dengan pengetahuan tentang bagaimana memanfaatkan sosial media untuk mempromosikan potensi geowisata lokal. Dengan meningkatnya kemampuan siswa dan masyarakat dalam memanfaatkan sosial media, diharapkan dapat tercipta konten - konten promosi yang menarik dan informatif, yang pada akhirnya akan meningkatkan kesadaran masyarakat luas terhadap potensi geowisata di Desa Bungin Campang. Selain itu, partisipasi aktif siswa dan masyarakat dalam promosi geowisata juga sejalan dengan konsep *geotourism*, yang menekankan pentingnya keterlibatan masyarakat dalam menjaga dan melestarikan kawasan wisata alam mereka sendiri (Gordon, 2019).

## METODE KEGIATAN

**Lokasi dan Waktu Pengabdian.** Lokasi sosialisasi kegiatan berada di MTs Nurul 'Ulum yang terletak di Jalan Lintas Muaradua – Baturaja, Desa Bungin Campang, Kecamatan Simpang, Kabupaten OKU Selatan, Provinsi Sumatera Selatan (Gambar 1). Waktu pengabdian dilaksanakan pada tanggal 7 September 2024.



Gambar 1. Lokasi MTs Nurul 'Ulum dan Goa Kelambit

**Tahapan Pengabdian.** Metode yang digunakan dalam tahapan pengabdian ini meliputi meliputi analisis sosial media, survei lokasi, sosialisasi, dan pelatihan yang diikuti oleh siswa, karangtaruna, kepala desa, dan

perangkat desa Bungin Campang. Pengabdian ini diawali dengan melihat kondisi terkini sosial media sebagai platform yang efektif untuk promosi geowisata, khususnya Goa Kelambit. Dalam tahap ini, dilakukan analisis terhadap platform yang paling populer seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Facebook. Fokus pengabdian adalah mengidentifikasi tren konten visual yang menarik perhatian audiens serta mempelajari bagaimana algoritma dan fitur-fitur promosi, seperti hashtag, reels, dan iklan berbayar, dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan visibilitas objek wisata. Hasil dari analisis ini digunakan sebagai dasar untuk merancang strategi promosi yang sesuai dengan karakteristik peserta dan tren sosial media yang sedang berkembang.

Tahap berikutnya adalah melakukan survei langsung di Goa Kelambit dan survei di MTs Nurul 'Ulum yang menjadi mitra dalam kegiatan ini. Survei di lokasi wisata bertujuan untuk mengevaluasi kondisi fisik, keunikan, dan potensi wisata Goa Kelambit, serta fasilitas pendukung yang tersedia (Gambar 2). Sementara itu, survei di MTs Nurul 'Ulum berfokus pada memberikan gambaran yang lebih jelas tentang potensi Goa Kelambit dan kesiapan siswa dalam mendukung promosi.



Gambar 2. Pelaksanaan Survei Lokasi Objek Wisata

Setelah survei, pengabdian dilanjutkan dengan melakukan sosialisasi di MTs Nurul 'Ulum. Dalam kegiatan ini, siswa diberikan materi tentang pentingnya promosi geowisata dan pelatihan teknis terkait cara pengambilan gambar atau video yang menarik. Selain itu, siswa juga dilibatkan dalam praktik langsung di Goa Kelambit untuk membuat konten promosi, seperti foto dan video, yang kemudian akan diunggah di sosial media sesuai dengan strategi yang telah disusun. Tahap ini bertujuan untuk membekali siswa dengan keterampilan dalam memproduksi konten yang efektif sekaligus memanfaatkan sosial media sebagai alat promosi untuk meningkatkan daya tarik Goa Kelambit sebagai destinasi geowisata.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pelaksanaan sosialisasi terkait penggunaan sosial media sebagai alat promosi geowisata di MTs Nurul 'Ulum, salah satu kendala utama yaitu terbatasnya akses jaringan internet di lokasi kegiatan pengabdian. Keterbatasan ini berdampak langsung pada kelancaran pelaksanaan sosialisasi, terutama dalam tahapan pengunggahan konten secara langsung ke platform sosial media.

Pada tahapan pertama sosialisasi, yaitu penyampaian materi terkait pengenalan sosial media, pentingnya sosial media, cara promosi yang baik menggunakan sosial media, serta cara membuat konten yang menarik beserta contohnya (Gambar 3), kegiatan ini dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang telah direncanakan. Siswa mendapatkan pemahaman yang jelas tentang peran sosial media dalam promosi geowisata dan bagaimana memanfaatkan platform tersebut secara efektif.



Gambar 3. Penyampaian Materi Terkait Pengenalan Sosial Media

Selanjutnya, pada tahapan kedua sosialisasi, dilakukan praktik pengambilan konten di lapangan, kegiatan ini mengajarkan tentang teknik dasar fotografi. Teknik yang dimaksud berupa komposisi gambar yang sesuai, pencahayaan yang tepat, serta penggunaan sudut pandang yang menarik (Gambar 4). Siswa mampu menghasilkan konten berupa foto (Gambar 5) dan video yang menarik di Goa Kelambit. Namun, rencana untuk mengunggah konten tersebut secara langsung ke sosial media tidak dapat dilakukan karena adanya keterbatasan jaringan internet. Padahal, pengunggahan konten secara *real-time* diharapkan dapat memberikan pengalaman praktis bagi siswa tentang bagaimana proses promosi berlangsung secara langsung di sosial media.

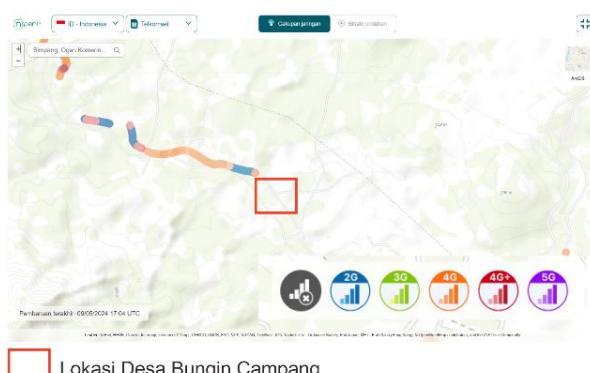


Gambar 4. Praktik Pengambilan Konten di Lapangan



Gambar 5. Salah Satu Hasil dari Siswa

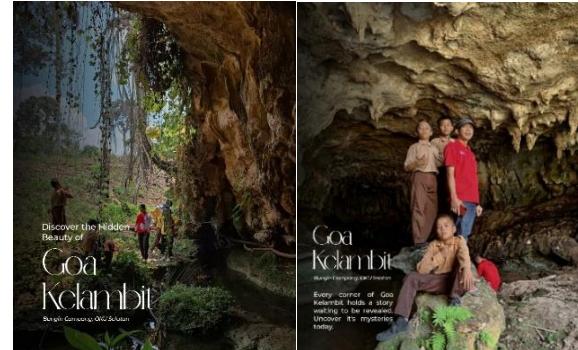
Berdasarkan data dari situs web nperf.com, diketahui bahwa persebaran akses internet di Desa Bungin Campang, Kecamatan Simpang, Kabupaten OKU Selatan, Sumatera Selatan masih belum merata, terutama di berbagai jenis jaringan mulai dari 2G, 3G, 4G hingga 5G. Provider seperti Telkomsel, IM3, XL Axiata, dan Smartfren menunjukkan perbedaan dalam cakupan jaringan yang tersedia di Desa Bungin Campang ini (Gambar 6). Hal ini berdampak pada akses internet yang tidak stabil dan terbatas, yang memengaruhi kegiatan berbasis online, termasuk penggunaan sosial media untuk promosi geowisata.



Gambar 6. Salah Satu Contoh Tidak Adanya Persebaran Provider Telkomsel Di Desa Bungin Campang

Keterbatasan akses jaringan internet ini menunjukkan bahwa meskipun promosi digital melalui sosial media memiliki potensi besar untuk menarik minat wisatawan, infrastruktur telekomunikasi yang kurang mendukung di wilayah geowisata seperti Desa Bungin Campang dapat menjadi hambatan signifikan. Oleh karena itu, pengembangan infrastruktur internet yang lebih merata dan kuat sangat diperlukan untuk mendukung upaya promosi geowisata yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Sebagai langkah untuk mengatasi pengunggahan secara langsung selama kegiatan sosialisasi penggunaan media sosial, tim pengabdian menyediakan konten promosi geowisata. Konten ini akan disebarluaskan melalui berbagai platform digital untuk memperkenalkan potensi wisata yang ada di Desa Bungin Campang. Pengunggahan konten tersebut akan dilakukan oleh perangkat desa dan masyarakat setempat, yang telah diberikan panduan dan pelatihan terkait penggunaan media sosial. Selain itu, tim pengabdian juga turut berpartisipasi dalam penyebarluasan konten guna memperluas jangkauan promosi. Konten yang disediakan mencakup informasi tentang keunikan geowisata di desa tersebut yang menarik perhatian wisatawan potensial. Semua materi ini telah siap untuk diunggah dan diharapkan mampu meningkatkan minat masyarakat luar untuk berkunjung ke Desa Bungin Campang. Konten yang telah disediakan dan siap untuk disebarluaskan (Gambar 7).



Gambar 7. Foto Hasil Pelatihan Pembuatan Konten di Lapangan

Konten yang menarik adalah konten yang mampu menyajikan foto yang berkualitas dan caption yang menarik, beberapa gambar diatas merupakan contoh konten berupa foto yang di buat langsung di lapangan. Selanjutnya, konten tersebut akan di unggah ke sosial media dengan menggunakan caption yang menarik serta bersifat mempromosikan Goa Kelambit dan tentunya menggunakan hashtag sebagai pengenal Goa Kelambit agar memperluas jangkauan posting.

Beberapa contoh postingan instagram sebagai bentuk promosi objek wisata Goa kelambit (Gambar 8).



Gambar 8. Contoh Postingan Promosi Objek Wisata Goa Kelambit

Tidak hanya dikembangkan menjadi geowisata, salah satu objek wisata yaitu Goa Kelambit juga memiliki potensi besar untuk dijadikan sebagai sarana pembelajaran lapangan bagi mahasiswa Teknik Geologi Universitas Sriwijaya. Keunikan geologi dan formasi batuan di Goa Kelambit yang ideal untuk kegiatan studi lapangan, di mana mahasiswa dapat langsung mengamati, menganalisis, dan mempelajari fenomena geologi. Dengan demikian, Goa Kelambit tidak hanya berperan sebagai destinasi wisata, tetapi juga mendukung pendidikan dan penelitian di bidang geologi (Gambar 9).



Gambar 9. Kegiatan *Fieldtrip* Teknik Geologi Universitas Sriwijaya

#### PELAKSANAAN KEGIATAN

Pelaksanaan sosialisasi di MTs Nurul 'Ulum berjalan lancar meski terkendala akses internet terbatas di Desa Bungin Campang. Pada tahap awal, siswa mendapatkan pemahaman tentang peran media sosial dalam promosi geowisata dan teknik dasar fotografi. Praktik pengambilan konten di lapangan berhasil, namun pengunggahan secara langsung (*real – time*) tidak bisa dilakukan. Sebagai solusi, konten promosi disebarluaskan

secara bertahap melalui perangkat desa yang telah dilatih. Dampak dari kegiatan ini adalah meningkatnya keterlibatan masyarakat dalam promosi Goa Kelambit, dengan harapan menarik lebih banyak wisatawan dan mendukung pengembangan infrastruktur internet di wilayah tersebut.

#### PENUTUP

Promosi melalui sosial media merupakan strategi yang efektif untuk meningkatkan visibilitas objek wisata, termasuk geowisata seperti Goa Kelambit. Sosialisasi dan pelatihan di MTs Nurul 'Ulum memberikan hasil berupa pemahaman kepada siswa mengenai pentingnya sosial media dalam promosi pariwisata serta teknik pembuatan konten yang menarik. Namun, keterbatasan akses jaringan internet di Desa Bungin Campang menjadi kendala dalam pengunggahan konten secara *real - time*, yang mengurangi efektivitas promosi secara langsung.

Kendala infrastruktur seperti internet menunjukkan perlunya peningkatan infrastruktur telekomunikasi di daerah geowisata untuk mendukung promosi digital yang lebih efektif. Selain itu, Goa Kelambit juga memiliki potensi besar sebagai sarana pembelajaran lapangan bagi mahasiswa Teknik Geologi Universitas Sriwijaya, dengan kekayaan geologis yang dapat digunakan untuk kegiatan studi dan penelitian. Secara keseluruhan, pengembangan Goa Kelambit sebagai geowisata dan sarana pendidikan dapat memberikan manfaat yang signifikan, baik dari sisi pariwisata maupun pendidikan geologi.

#### UCAPAN TERIMAKASIH

Publikasi artikel ini di biayai oleh Anggaran DIPA Badan Layanan Umum Universitas Sriwijaya Tahun Anggaran 2024. SP DIPA-023.17.2.677515/2024, tanggal 24 November 2023, Sesuai dengan SK Rektor Nomor: 011/UN9/SK.LP2M.PM/2024 tanggal 10 Juli 2024. Penulis juga berterimakasih kepada MTs Nurul 'Ulum, Karangtaruna, Kepala Desa serta Perangkat Desa Bungin Campang, Kecamatan Simpang, Kabupaten OKU Selatan, Provinsi Sumatera Selatan yang telah memberikan izin serta membantu selama kegiatan pengabdian ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, M. F. Surya, B., Jufriadi, & Haerani, N. U. (2023). Studi Peningkatan Daya Tarik Kawasan Wisata Situs Goa Mandu Tontonan Kabupaten Enrekang. *Journal Of Urban Planning Studies*, 129 - 136.

- Aprilianadi, F., Amara, P., Arsyad, A., Effendi, S. N., & Nurmiyati, N. (2023). Promosi Pariwisata Kabupaten Paser Melalui Media Sosial. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 22 - 38.
- Bidang Sumber Daya Alam dan Investasi Bappeda Kabupaten Bandung. (2021). Identifikasi dan Inventaris Potensi Geowisata Di Kawasan Panas Bumi Kabupaten Bandung. *Bappeda Journal Of Research*, 19 -37.
- Gordon, J. E. (2019). Geoconservation Principle and Protected Area Management. *International Journal Of Geoheritage and Parks*, 7, 199 - 201.
- Harnani, Rosendry, R. V., Rochmana, Y. Z., & Setiawan, B. (2022). Penyusunan Rencana Pengembangan Aspiring Geopark Kawasan Danau Ranau Berbasis Participation Action Research. *AVoER*.
- Mardani, P. B., & Christanti, M. F. (2022). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Wisata Lokal Baros. *Jurnal SOLMA*, 630 - 636.
- Perdana, W. W., Krisnawati, E., & Abraham, R. H. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Desa Wisata Banjarejo. *Jurnal Impresi Indonesia*, 651- 663.
- Putrianti, F. G. (2022). Daya Tarik dan Keputusan Berwisata di Goa Seplawan Purworejo. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 148 - 156.
- Ridho, M., Subandrio, A., & Ch, S. U. (2020). Geologi dan Pengembangan Geowisata Pada Daerah Temanggal dan Sekitarnya, Kecamatan Pempuran, Kabupaten Magelang, Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Ilmiah Geologi Pangea*, 87.
- Robot, L. C. (2021). Peran Geowisata Sebagai Wahana Menumbuhkan Geokonservasi, Memahami Geoheritage, dan Menghargai Geodiversity. 1 - 7.
- Setiawan, D. (2017). Kajian Kelayakan Potensi Goa Ngerong Untuk Tujuan Wisata Susur Goa Di Objek Wisata Goa Ngerong Kecamatan Rengel Kabupaten Tuban. *Jurnal UNESA*, 67 - 73.
- Susilo, A., Pamungkas, M. A., Juwono, A. M., Naba, A., Yudianto, D., & Hasan, M. R. (2024). Sosialisasi Pemberdayaan Situs Geologi Untuk Pengembangan Wisata Desa Purwodadi, Malang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 23 - 29.
- Trihayuningtyas, E., Wulandari, W., I.A.M.P, Y., & Sarasvati. (2018). Media Sosial Sebagai Sarana Informasi Dan Promosi Pariwisata Bagi Generasi Z Di Kabupaten Garut. *TourismScientifie Journal*, 2.
- Widagdo, A., Iswahyudi, S., Jati, I. P., & Waluyo, G. (2022). Sosialisasi Geowisata Curug Bayan - Lereng Gunung Slamet, Kabupaten Banyumas - Jawa Tengah. *Indonesia Journal Of Community Services*, 1 - 10.
- Yanti, D., Ramadhan, I., Yunita, D., & Lubis, M. R. (2024). Peran Media Sosial Dalam Mempromosikan Pariwisata Di Desa Perkebunan Bukit Lawang. *Jurnal Pariwisata*, 1 - 13.