

## IMPLEMENTASI PENGEMBANGAN DUSUN MONTONG SINGGAN SEBAGAI KAWASAN AGROWISATA MADU TRIGONA MELALUI PROMOSI MEDIA DIGITAL

<sup>1</sup>Amsaden, <sup>2</sup>Shinta Desyana Fajarica, <sup>3</sup>Baiq Vira Safitri  
<sup>123</sup>Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Mataram  
Contact: [amsaden.01@gmail.com](mailto:amsaden.01@gmail.com)

### ABSTRACT

Agrotourism is a tourism activity carried out using agricultural land, especially in North Lombok, one of the areas in NTB that has begun to develop the concept of agro-tourism. The purpose of this study is to explore, and describe more deeply related to how the implementation of the development of Dusun Montong Singgan as an agro-tourism area for Trigona honey through digital media promotion. To find out what are the obstacles faced by the Harapan Keluarga Dusun Montong Singgan group as an agro-tourism area for the development of Trigona honey through digital media. The data obtained through interviews, observation, and documentation. The analysis technique used in this study uses the Miles & Huberman model, namely, data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of this study indicate that the digital media used for promotion have targeted digital media such as Instagram, Facebook and Shopee for marketing, because previously they only relied on WA groups. Promotion is also assisted by the local government. Especially with the training received by the group and the community, knowledge of the importance of digital media promotion is getting better. This can be seen from several promotions and visits from several volunteers and agencies to support this agro-tourism area. Apart from that, there are several obstacles faced in conducting promotions, namely, (1) access to information media and promotional media used is still limited. (2) poor network access makes promotional activities through digital media often encounter obstacles, (3) limited human resources to road access to locations that are not good so it needs to be facilitated by the local government to support the area to become agrotourism.

**Keywords:** Trigona Honey, Digital Media Promotion, Agrotourism Village.

### ABSTRAK

Agrowisata adalah aktivitas wisata yang dilaksanakan menggunakan lahan pertanian khususnya di Lombok Utara, salah satu wilayah di NTB yang mulai mengembangkan konsep agrowisata. Adapun tujuan penelitian ini adalah Untuk mengeksplorasi, dan mendeskripsikan lebih dalam terkait dengan bagaimana implementasi pengembangan Dusun Montong Singgan sebagai kawasan agrowisata madu trigona melalui promosi media Digital. Untuk mengetahui apa saja kendala yang dihadapi oleh kelompok Harapan Keluarga Dusun Montong Singgan sebagai Kawasan agrowisata pengembangan madu trigona melalui media digital. Adapun data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model Miles & Huberman yaitu, Pengumpulan Data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, media digital yang digunakan untuk melakukan promosi sudah menasar ke media digital seperti Instagram, facebook dan shopee untuk pemasarannya, karena sebelumnya hanya mengandalkan WA group saja. Promosi juga dibantu oleh pemerintah setempat. Terlebih dengan adanya pelatihan yang diterima oleh kelompok dan masyarakat membuat pengetahuan akan pentingnya promosi media digital semakin baik. Ini terlihat dari beberapa promosi dan kunjungan dari beberapa relawan dan instansi untuk mendukung Kawasan agrowisata ini. Terlepas dari itu adapun beberapa kendala yang di hadapi dalam melakukan promosi yaitu, (1) akses media informasi

dan media promosi yang digunakan masih terbatas. (2) akses jaringan yang kurang baik membuat kegiatan promosi melalui media digital sering kali mendapatkan kendala, (3) keterbatasan SDM hingga akses jalan ke lokasi kurang baik sehingga perlu difasilitasi oleh pemerintah setempat untuk mendukung Kawasan tersebut untuk menjadi Agrowisata.

**Kata kunci:** Madu *Trigona*, Promosi Media Digital, Kampung agrowisata.

## Pendahuluan

Potensi pengembangan madu cukup besar seiring dengan luas hutan Indonesia sebesar 120.773.441,71 ha (BPS, 2017). Potensi madu kini mulai dilirik menjadi salah satu potensi untuk membuka peluang terhadap pertumbuhan ekonomi dan perkembangan wisata baru, salah satunya adalah wisata yang berkonsep Agro. Dusun Montong Singgah, Lombok Utara sebuah kawasan yang memiliki potensi luar biasa dalam pengembangan ternak lebah madu trigona (*Trigona sp*) untuk dijadikan sebagai kawasan agrowisata yang didukung dengan area perkebunan yang luas. Namun, potensi tersebut belum didukung penuh seperti adanya promosi lebih lanjut, dan inovasi yang dapat menunjang perkembangan Agrowisata madu trigona di Dusun Montong Singgah, Lombok Utara.

Madu trigona sendiri merupakan salah satu sumber pendapatan yang diandalkan oleh masyarakat. Oleh sebab itu, diperlukan suatu strategi promosi yang berkelanjutan melalui media digital dalam mengembangkan potensi tersebut. Soemanagara (2008), menyebutkan dalam pemasaran (promosi) bertujuan untuk mencapai tiga tahap perubahan yang ditujukan kepada konsumen, antara lain perubahan knowledge (pengetahuan), perubahan sikap, dan perubahan perilaku. Baik masyarakat khususnya bagi kelompok budidaya lebah madu Trigona Harapan Keluarga Dusun Montong Singgah menyadari keberadaan media digital berkembang dengan cepat, hanya saja segala kebutuhan baik dalam hal promosi, kelompok Harapan belum begitu massif menggunakan media tersebut. Padahal potensi yang terdapat di Dusun Montong Singgah ini sangat berpeluang untuk dijadikan sebagai Kawasan agrowisata.

Kelompok Harapan Keluarga masih banyak menggunakan media promosi langsung seperti menjalin kerja sama dan menawarkan secara langsung dan hanya mengandalkan WA *group* saja. Keterbatasan pengetahuan terkait dengan peran dan promosi media digital membuat masyarakat dan Kelompok Harapan Keluarga belum begitu leluasa dalam menyebarkan informasi sebagai bentuk promosi. Kurangnya pengetahuan dan keterbatasan akses membuat kelompok dan masyarakat lebih banyak menggunakan promosi langsung daripada menggunakan media digital.

Potensi dan peluang yang besar sekaligus juga dampak positif akan diterima bagi masyarakat dan peternak lebah madu *Trigona sp* yang tinggal di Dusun Montong Singgah, Desa Salut, Kecamatan Kayangan, Kabupaten Lombok Utara, untuk dapat membudidayakan sekaligus bisa mempromosikan kawasan agrowisata lebah madu *Trigona sp* melalui media digital sehingga dapat meningkatkan dan mengembangkan tingkat kesejahteraan bagi masyarakat. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah salah satunya untuk mengeksplorasi, dan mendeskripsikan terkait dengan bagaimana implementasi pengembangan Dusun Montong Singgah sebagai kawasan agrowisata madu trigona melalui promosi media Digital.

## Metode

### Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan suatu strategi *inquiry* yang menekankan pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol, maupun deskripsi tentang suatu fenomena, bersifat alami dan holistik, mengutamakan kualitas, menggunakan beberapa cara, serta disajikan secara naratif. Penelitian ini bersifat deskriptif, peneliti akan mendeskripsikan dan menggambarkan keadaan-keadaan yang ada di tempat penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti akan mencoba mendeskripsikan dan menggambarkan bagaimana potensi pengembangan lebah madu trigona di Dusun Montong Singgan, Desa Salut, Kecamatan Kayangan, Kabupaten Lombok Utara sebagai kawasan Agrowisata melalui promosi media digital dengan melihat kelompok ternak lebah madu Harapan Keluarga sebagai salah satu informan dalam penelitian ini. Instrumen penelitian penulisannya berupa kata-kata atau pernyataan yang sesuai dengan keadaan sebenarnya.

### Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini terletak di Dusun Montong Singgan, Desa Salut, Kecamatan Kayangan, Kabupaten Lombok Utara, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Sedangkan waktu Penelitian ini dilaksanakan mulai sejak bulan Desember 2021 hingga bulan Mei 2022.

### Objek dan Subjek Penelitian

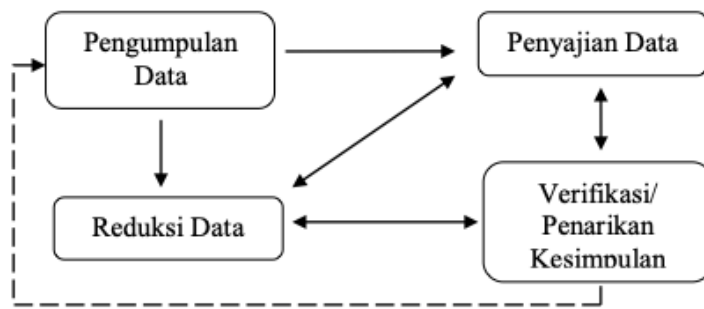
Objek dalam penelitian ini adalah implementasi Montong Singgan dalam mengembangkan madu trigona sebagai Kawasan agrowisata melalui promosi media digital. Sedangkan subjek penelitian ini adalah kelompok ternak lebah madu trigona Dusun Montong Singgan, Desa Salut, Kecamatan Kacangan, Kabupaten Lombok Utara.

### Metode Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian penulis mengumpulkan data menggunakan metode: Wawancara sebagai alat *rechecking* atau pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya. Dokumentasi baik dari buku, jurnal, penelitian terdahulu, foto, video, ataupun rekaman suara sebagai wujud komunikasi langsung. Dan observasi yang dilakukan dengan pengamatan langsung dan pencatatan secara sistematis terhadap objek yang di teliti.

### Teknik Analisis Data

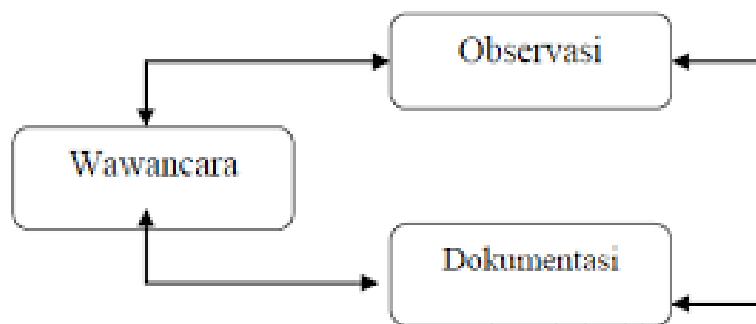
Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model Miles & Huberman dalam sugiyono (2018: 132) yaitu: Pengumpulan Data, Reduksi Data, Penyajian data, dan Penarikan Kesimpulan. Secara skematis proses analisis data menggunakan model analisis data Miles dan Huberman dapat dilihat pada bagan berikut:



**Bagan 1. Teknik Analisis Data Miles and Hubberman**

### Uji Kredibilitas Data

Dalam penelitian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu. Namun, dalam penelitian ini triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber, dimana triangulasi ini mengarahkan peneliti untuk mengecek kepada data yang sama dengan dari berbagai sumber yang berbeda seperti dari observasi, wawancara, dan dokumentasi.

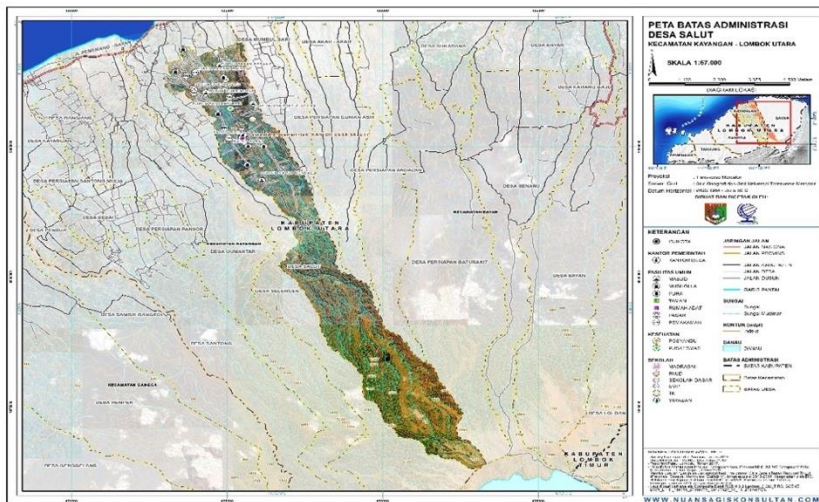


**Bagan 2. Triangulasi Pengumpulan data**

## Hasil dan Pembahasan (Trebuchet MS, font 12 pt, bold)

### A. Potensi Budidaya Madu Trigona Kelompok Harapan Keluarga Dusun Montong Singgan

Dusun Montong Singgan merupakan salah satu dusun yang terletak di Desa Salut Kecamatan Kayangan Kabupaten Lombok Utara yang memiliki potensi cukup besar dalam pengembangan dan pembudidayaan madu trigona.



**Gambar 1. Peta Desa Salut, Lombok Utara**  
**Sumber: Pemdes Salut**

Dari data yang diperoleh dari Pemerintah Setempat, Dusun Montong Singgan sendiri setidaknya memiliki luas wilayah sekitar 130.36 Ha dengan mayoritas masyarakatnya berprofesi sebagai petani ataupun buruh tani yakni sekitar 1716 jiwa dari 111 KK yang terdapat di Dusun Montong Singgan. Baik Desa Salut khususnya masyarakat Dusun Montong Singgan dalam perekonomiannya didominasi oleh sektor pertanian meliputi pertanian tanaman pangan, hortikultura dan pertanian perkebunan lainnya yang diikuti sektor-sektor lainnya seperti peternakan, perdagangan dan jasa. Bukan hanya itu saja, dari data yang diperoleh dari Pemerintah Desa Salut, Dusun Montong Singgan Desa Salut merupakan dusun yang memiliki aerial perkebunan sekitar 39 Ha dan memiliki aerial kehutanan sekitar 19 Ha.

Dengan wiayah yang cukup luas, Desa Motong Singgan merupakan salah satu dusun yang turut membangun dan aktif mengembangkan Kawasan budidaya lebah madu trigona dengan membentuk sebuah kelompok pembudidaya yang diberi nama Kelompok Harapan Keluarga. Baik kelompok dan pemerintah Desa Salut menyadari akan potensi yang ada di Dusun Montong singgan sebagai Kawasan yang banyak dari masyaraatnya sudah membudidayakan madu trigona dari rumah ke rumah baik dalam skala kecil yang ditenakan di pekarangan rumah hingga dalam sekala besar dengan membentuk lahan yag dikelola oleh kelompok.

Hingga dengan saat ini potensi pengelolaan dan pengembangan madu trigona sebagai komoditas unggulan yang terdapat di dusun montong singgan semakin mendapatkan perhatian serius dari pemerintah desa setempat. Bukan hanya dari produk madu trigonanya saja akan tetapi pengembangan yang dilakukan semenjak lama sudah menyasar kepada Kawasan atau lokasi yang kini mulai dijadikan sebagai taman edukasi atau Kawasan agrowisata madu trigona.

## **B. Strategi Pemasaran Budidaya Madu Trigona Kelompok Harapan Keluarga Dusun Montong Singgan**

Menurut Direktur Perum Perhutami mengatakan bahwa Madu trigona merupakan salah satu komoditas unggulan hasil hutan bukan kayu yang semenjak lama sudah menjadi produk yang diminati oleh masyarakat baik lokal maupun nasional. Adanya komodiatas dari produk madu trigona harapan keluarga tidak hanya membuka peluang bagi pertumbuhan dan

peningkatan ekonomi masyarakat untuk di jual, melainkan potensi selain produk seperti adanya lahan pertanian dan budidaya lebah madu trigona menjadi potensi lebih untuk bisa dikembangkan menjadi lahan terbuka untuk Agrowisata.

Adapun pengertian 7P menurut Kotler dan Amstorn (2012) adalah:

#### 1. Produk (Product)

Kotler dan Keller menjelaskan bahwa produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk dalam hal kebutuhan baik berupa barang fisik ataupun jasa. Dalam hal produk dari madu trigona sendiri dihasilkan oleh lebah madu trigona yang dibudidayakan secara langsung oleh masyarakat dan kelompok Harapan Keluarga Dusun Montong Singgan.



**Gambar 2. Foto Produk Madu Dalam Kemasan**  
**Sumber: data diolah peneliti**

Adapun beberapa aspek produk madu trigona yang dibudidayakan yaitu:

##### a. Klasifikasi produk

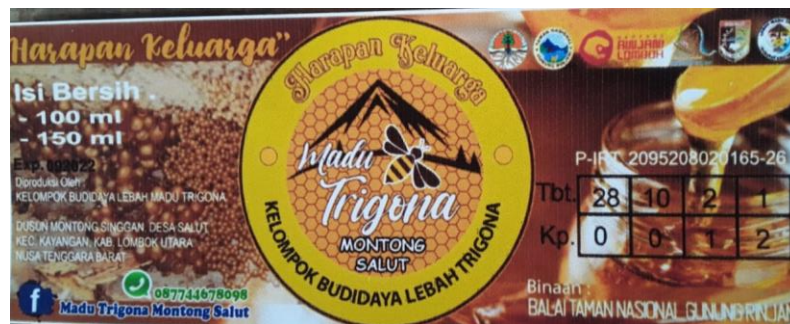
Produk yang diproduksi dari budidaya madu trigona Kelompok Harapan Keluarga ini merupakan produk yang berwujud, artinya adalah masyarakat dan kelompok yang berada di dusun montong singgan ini memproduksi suatu produk yang bisa terlihat dan nyata atau berbentuk yaitu berupa madu yang dikemas menggunakan botol, serta dapat perdigunakan secara fisik oleh konsumen dan pengunjung.

##### b. Ciri Khas Produk

Produk madu trigona dari Kelompok Harapan Keluarga Dusun Montong Singgan memiliki ciri khas yaitu mulai dari desain logo yang memrepresentasikan produk dan tempat madu ini diproduksi dan dibudidayakan.

##### c. Atribut Produk

Atribut dalam hal ini antara lain adalah merek, kualitas hingga kemasan madu trigona.



**Gambar 3. Foto Merk Madu Trigona**  
**Sumber: Data Diolah Peneliti**

## 2. Harga (*Price*)

Kotler dan Armstrong (2001) mengatakan bahwa : "Harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa". Harga merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam menentukan komponen promosi. Harga juga memiliki peran yang sangat dominan dalam strategi pemasaran sehingga promosi yang akan ditawarkan akan berjalan dengan baik. Untuk di kelompok madu trigona Harapan Keluarga Dusun Montong Singgan sendiri, harga yang di tawarkan baik dari produknya sendiri cukup beragam, hal tersebut tergantung dari kapasitas dan volume dari madu yang dijual. Harga yang ditawarkan berkisar mulai dari Rp. 45.000, - sampai dengan Rp. 200.000, - atau kemasan botol yang berisi madu tigna 45 ml sampai dengan 200 ml.

## 3. Tempat (*Place*)

Tempat atau *place* merupakan suatu hal yang bisa dikatakan paling strategis, menyenangkan, dan efisien (Suryana 2013). Kawasan ini merupakan tempat budidaya madu trigona yang didirikan pada tahun 2020 silam oleh masyarakat dengan melakukan musyawarah. Lokasi Kelompok budidaya Madu trigona Harapan Keluarga ini terletak di Dusun Montong Singgan, Desa Salut, Kecamatan Kayangan, Kabupaten Lombok Utara. Pembentukan Kawasan budidaya madu trigona ini sebagai wujud kepedulian oleh masyarakat sekitar melihat dari potensi madu trigona yang semenjak lama sudah dibudidayakan.

## 4. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan suatu upaya atau kegiatan yang dilakukan dalam mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian terhadap sesuatu yang ditawarkan saat ini atau dimasa yang akan datang, (Sistaningrum, 2002). Promosi bertujuan untuk untuk menawarkan produk dan potensi dalam menginformasika kepada publik dengan tujuan untuk menarik minat konsumen supaya melakukan transaksi dan saling melakukan penawaran. Pemasaran ini bisa dilakukan baik secara langsung maupun melalui media digital seperti *facebook*, *Instagram*, dll.

## 5. Orang-orang (People)

Orang-orang ini merupakan pelaku yang terlibat dalam suatu kegiatan yang terorganisir, semua pelaku yang memainkan peranan penting dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli.

## 6. Proses

Proses (Process), adalah semua prosedur aktual, mekanisme, dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa.

## 7. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Sarana fisik (*Physical Evidence*), merupakan hal nyata yang turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Unsur yang termasuk dalam sarana fisik antara lain lingkungan atau bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna dan barang-barang lainnya. Lokasi Kawasan agrowisata budidaya madu trigona Kelompok Harapan Keluarga berdiri diatas tanah seluas 6.373 M<sup>2</sup> didukung dengan tersedianya lahan parkir yang cukup luas yang bisa memuat untuk kendaraan bermotor dan mobil.



**Gambar 4. Tempat Duduk dan Baca Budidaya Madu**



**Gambar 5. Dokumentasi Fasilitas Toilet**



**Gambar 6. Fasilitas Berugak**



**Gambar 7. Fasilitas Mushola**



Tidak hanya itu saja, beberapa fasilitas lainnya seperti tiket dan spot foto mulai dibangun semenjak adanya program Pembinaan Holistik dan Pemberdayaan Pengembangan Desa (PHP2D) oleh mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mataram pada tahun 2021 yang lalu. Fasilitas yang ditawarkan tidak hanya itu saja, di Kawasan agrowisata ini juga sudah tersedia jaringan internet seperti wifi yang sudah di sediakan dan sudah mulai mulai beroperasi dari beberapa waktu lalu.



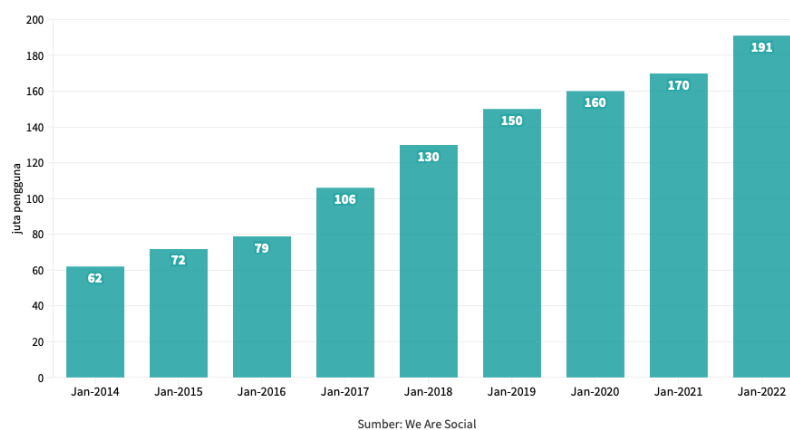
**Gambar 8. Foto Fasilitas tempat ticketing**



**Gambar 9. Foto Fasilitas Gapura dan Spot Foto**

### Potensi Promosi Media Digital

Di era yang serba digital ini membuktikan bahwa keberadaan internet dan media digital perlahan sudah dimanfaatkan dalam semua bidang dan berbagai segmentasi. Penggunaan media digital sebagai bentuk promosi merupakan hal yang wajar terlebih dengan penggunaan media digital dan jejaring sosial yang kian meningkat. Di Indonesia sendiri keberadaan dan penggunaan media digital berbasis internet cukup banyak. Berdasarkan data yang diperoleh dari Hootsuite (We are Social) selama kurun waktu 6 tahun ini (2015-2022) terus meningkat.



**Gambar 10. Jumlah penggunaan media digital/internet**

Berdasarkan laporan Hootsuite (We Are Social) yang mencatat tren penggunaan media sosial dan internet di Indonesia, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia terhitung sebanyak 191 juta orang pada Januari 2022. Jumlah itu telah meningkat sekitar

12,35% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang hanya sebanyak 170 juta orang. Untuk di NTB sendiri, menurut Diskominfotik Provinsi NTB melalui talika.com menjelaskan bahwa penggunaan media digital atau internet yang tersebar sekitar 2,7 juta pengguna aktif termasuk pulau Lombok dari 5,4 juta masyarakat di NTB.

Peran media di NTB khususnya dalam sektor pariwisata dan pengembangan daerah memegang peranan yang sangat penting. Terlebih lagi melalui media digital hingga partisipasi dari publik untuk terus meningkatkan sektor kepariwisataan di NTB, khususnya bagi beberapa sektor agrowisata di Lombok seperti Kawasan agrowisata Budidaya Lebah Madu Trigona Harapan Keluarga, Dusun Montong Singgan, Desa Salut, Kecamatan Kayangan, Kabupaten, Lombok Utara. Adapun respon dari kelompok Harapan Keluarga menyadari betul terkait dengan keberadaan media digital saat ini. Media digital menurut mereka adalah salah satu media yang sangat bisa diandalkan dalam menyebarkan informasi-informasi dan melakukan promosi dan memasarkan produk madu hingga terkait potensi Kawasan budidaya yang dijadikan sebagai Kawasan agrowisata.

Menurut Pak Sairi selaku ketua kelompok Harapan Keluarga yang menerangkan bahwa, "keberadaan media digital saat ini merupakan suatu hal yang penting baginya terlebih bagi Kawasan budidaya madu trigona, mengingat bahwa Kawasan ini terhitung baru terbentuk dan masih belum dikenal oleh orang banyak ataupun masyarakat diluar Desa Salut khususnya, jadi media digital ini sangat diperlukan sekali untuk memposting dan mempublikasikan potensi Kawasan ini walaupun media promosi yang digunakan masih mengandalkan beberapa platform media online, salah satunya adalah *platform facebook*."

Pak Wawan juga melanjutkan bahwa, "harapan dengan adanya perkembangan media digital ini mampu membuka peluang pasar, meningkatkan minat konsumen untuk datang secara langsung ketempat budidaya bukan hanya untuk mencicipi madunya saja, bukan hanya untuk membeli produknya saja, tetapi bisa melihat langsung bagaimana proses pembudidayaan madu trigona ini di Kawasan budidaya yang dikelola oleh Kelompok Harapan Keluarga."

Gambar diatas merupakan salah satu media digital yang aktif dipakai oleh kelompok Harapan Keluarga seperti *facebook* untuk mempublikasikan produk dan potensi lainnya. Berdasarkan



**Gambar 11. Akun Group Facebook Harapan Keluarga**

data dari Kominfo tercatat bahwa situs ini memiliki jumlah pengguna terdaftar ketiga paling

besar diantara situs jejaring lainnya yaitu sekitar 43,06 juta. Jadi, tidak mengherankan walaupun masih menggunakan satu situs sebagai media promosi akan tetapi promosi yang dilakukan sampai saat ini tetap berjalan.

Penggunaan media digital sebagai promosi tidak hanya melibatkan kelompok dan masyarakat Dusun Montong Singgan saja, akan tetapi juga melibatkan pemerintah Desa Salut dan memiliki peran penting terhadap pengembangan potensi yang harus tetap dukung dan turut berpartisipasi dalam pengembangan Kawasan budidaya madu trigona. Untuk itu baik kelompok, masyarakat ataupun pemerintah desa harus saling bersinergi dalam memanfaatkan perkembangan media pada saat ini.

Salah satu dampak yang kini dirasakan oleh kelompok ketika sudah mulai menerapkan promosi melalui media digital adalah masyarakat lokal hingga orang dari berbagai daerah bisa mengenal Kawasan budidaya madu trigona Harapan Keluarga Dusun Montong Singgan Desa Salut, dan tidak jarang melakukan kunjungan langsung ke tempat budidaya madu trigona.

Kedatangan pemerintah, instansi, komunitas atau pengunjung lainnya bukan merupakan kebetulan semata, akan tetapi berkat dari pemanfaatan media digital yang dipergunakan dalam mempromosikan tempat tersebut. Walaupun hanya mengandalkan tidak lebih dari satu media promosi seperti dari media social *facebook*. Namun, ketua kelompok Harapan Keluarga yaitu Pak Sairi menyadari betul bahwa mereka belum begitu optimal dalam menggunakan media digital dalam memasarkan baik produk hingga tempat budidaya madu trigona.



**Gambar 12. Kunjungan Pemkab Lombok Utara**



**Gambar 13. Kunjungan Diskes Lombok Utara**



**Gambar 14. Kunjungan BKSDA Sumatera Utara**

Keresahan dari ketua kelompok Harapan Keluarga ini dijawab beberapa waktu yang lalu melalui beberapa pelatihan dan bimbingan yang diadakan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mataram melalui Program yang Bernama PHP2D (Program Holistik Pembinaan dan Pemberdayaan Desa). Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mataram melakukan pelatihan terhadap beberapa masyarakat dan kelompok terkait bagaimana cara



**Gambar 15. Dokumentasi pelatihan Digital Marketing**

mempromosikan baik itu produk dan tempat yang ingin dijadikan Kawasan agrowisata melalui media digital.

Pelatihan ini bertujuan ini membentuk pengetahuan terhadap masyarakat dan kelompok untuk lebih melek lagi terhadap keberadaan media digital sebagai media untuk promosi yang lebih efisien. Berkat adanya pelatihan ini, baik masyarakat dan kelompok Harapan keluarga sudah menyadari akan pentingnya promosi melalui media digital. Dengan adanya pelatihan tersebut juga dapat membuat media promosi baru untuk menambah media yang bisa dipergunakan dalam memasarkan dan promosi baik itu produk atau tempat agrowisata kepada orang luar yang menyasar minat wisatawan lokal, domestik hingga mancanegara seperti *Instagram* dan akun *shopee*.



**Gambar 16. Aakun instagram madu Trigona**

Dari hasil wawancara Bersama dengan Sekertaris Desa Salut, mejelaskan bahwa, "keterlibatan mahasiswa untuk mengadakan pelatihan *digital marketing* disambut positif mengingat kebutuhan dasar yang diinginkan oleh pemerintah desa ialah masyarakat merasa

sadar akan pentingnya promosi melalui digital untuk bisa mempromosikan potensi yang ada di Dusun Montong Singgan, Desa Salut.

Untuk itu, bisa dikatakan bahwa peran media digital terhadap promosi potensi dari Kawasan agrowisata madu trigona ini membuahkan hasil yang positif mengingat bahwa Kawasan tersebut sudah banyak yang mengunjungi bukan hanya dari kunjungan lokal melainkan sudah tersebar luas hingga nasional. Ini berkat sinergi dari masyarakat, kelompok dan pemerintah desa setempat dalam mengoptimalkan potensi yang terdapat di Dusun Montong Singgan melalui promosi media digital sampai dengan saat ini.

## Simpulan

Dari hasil penelitian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Dusun Montong Singgan merupakan dusun yang sangat berpeluang untuk semakin dikembangkan menjadi Kawasan agrowisata terlebih dengan potensi dari madu trigona yang dimiliki. Mengingat juga bahwa beberapa hal sudah mulai dibenahi seperti dari pembangunan fasilitas desa dan kelompok yang didukung langsung oleh pemerintah setempat salah satunya melalui anggaran atau ABDES sebesar 20% terhadap pengembangan dan pembangunan.

Tidak hanya itu saja, dengan adanya pengetahuan lebih terkait promosi dan media digital dari beberapa pelatihan dan sosialisasi yang sudah diterima oleh masyarakat dan kelompok Harapan Keluarga, membuat masyarakat dan kelompok semakin melek akan pentingnya *digital marketing* contohnya dalam hal promosi menggunakan media digital. Oleh karena itu, terlihat bahwa keseriusan kelompok dan masyarakat untuk menjadikan Kawasan ini sebagai Kawasan agrowisata semakin berpeluang besar kedepannya.

Keseriusan kelompok terlihat dalam mempromosikan baik produk dan tempatnya kepada masyarakat ataupun orang luar dengan aktif menggunakan media digital seperti *facebook*, adapun media tersebut paling sering digunakan mengingat bahwa semenjak dulu sudah sering kali digunakan. Akan tetapi berkat adanya pengetahuan melalui pelatihan dan sosialisasi terkait *digital marketing* membuat media promosi yang digunakan bertambah yakni melalui *instagram*. Tidak sedikit juga selain melakukan promosi digital, kelompok juga tetap menjalin kerja sama dengan berbagai pihak dan instansi terkait untuk mendorong Kawasan tersebut menjadi Kawasan Agrowisata.

Berdasarkan hasil Penelitian yang didapatkan oleh peneliti, Peneliti memberikan dalam penelitian ini, yaitu :

### A. Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Bagi peneliti selanjutnya, hasil daripada penelitian ini diharapkan bisa sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian, dan sebagai bahan pertimbangan untuk lebih memperdalam penelitian selanjutnya dengan menggunakan fenomena dan data yang berbeda terkait dengan media digital seperti melalui *e-commerce* atau situs penjualan online, dan situs sosial lainnya.
2. Bagi peneliti selanjutnya juga supaya lebih teliti lagi dalam meneliti implementasi yang sudah diterapkan terkait dengan Pengembangan Dusun Montong Singgan Sebagai Kawasan Agrowisata Pengembangan Madu Trigona melalui promosi media digital sebagai *digital marketing*.

- B. Bagi Masyarakat Dusun Montong Singgan
1. Diharapkan dalam penelitian ini dapat menjadi sumber pengetahuan bagi masyarakat an kelompok terkait dengan sudah sejauh mana mereka bisa dan paham dengan promosi melalui media digital dalam pengembangan Dusun Montong Singgan.
  2. Diharapkan bagi Kelompok Harapan Keluarga supaya lebih mengoptimalkan dan mempelajari lebih dalam lagi terkait dengan *digital marketing* khususnya ketika menggunakan media digital sebagai kebutuhan kelompok dalam melakukan promosi.
  3. Diharapkan masyarakat dan kelompok untuk tetap melatih ataupun meningkatkan SDM yang ada baik secara personal ataupun kelompok dalam menerapkan ilmu ataupun pengetahuan sudah dipelajari. Selain itu juga, diharapkan mampu memanfaatkan dan mengeksplor beberapa aplikasi yang sekiranya bisa membantu dan mendukung kelompok Harapan Keluarga seperti dalam hal *digital marketing*, supaya promosi yang dilakukan semakain baik dan optimal.
- C. Bagi Pemerintah Setempat
1. Diharapkan dari hasil penelitian ini menjadi masukan dan tambahan kepada pemerintah setempat dalam mengupayakan pengembangan Dusun Montong Singgan Sebagai Kawasan Agrowisata Madu Trigona Melalui Promosi Media digital, dan bersinergi dengan masyarakat dalam pengembangan Dusun Montong Singgan.

## Daftar Pustaka

- Agustinawati. 2018. *Analisis Bauran Pemasaran Destinasi Pariwisata Kota Lhokseumawe. Jurnal Visioner dan Strategi*, 12.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran* (12 ed.). Ciracas, Jakarta: Penerbit ERLANGGA.
- Kotler, P., 2005. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*. Jilid I. Edisi VI. Jakarta: Erlangga.
- Kurniasanti, S. A. 2019. *Analisis Strategi Pengembangan Agrowisata (Studi Kasus Kampung Petani Buah Jeruk Siam di Kecamatan Bangorejo - Banyuwangi)*. *Journal of Tourism and Creativity*, 68.
- Nazir, M. 2017. *Metode Penelitian* (11 ed.). Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. 2018. *Buku Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (27 ed.). Bandung, Jawa Barat: Penerbit CV Alfabeta.
- Stuti, M. T. 2014. *Potensi Agrowisata Dalam Meningkatkan Pengembangan Pariwisata*. *Jurnal Dinamika Pemerintahan*, 52.
- Warmayana, I. G. 2018. *Pemanfaatan Digital Marketing dalam Promosi Pariwisata pada Era Industri 4.0*. *Jurnal Pariwisata Budaya*, 9.

## Internet

- IPJII. 2017. *Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2017*. Retrieved from IPJII: <https://apjii.or.id/content/read/39/342/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2017>, diakses pada Maret 2022.
- Riyanto, A. D. 2021. *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021*. Retrieved from andi.link: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>, diakses pada Maret 2022