

Pengoptimalan Media Sosial Dalam Pemasaran Desa Wayun Sebagai Desa Wisata

¹Selly Nor Azijah*, ²Kamal Hasuna, ³Dewi Putri Rahmadiyah, ⁴Rivana Aulida, ⁵Fakrunnisa Atila, ⁶Dahlia Putri, ⁷Esti Alfiana, ⁸Muhammd Khairul Prayoga, ⁹Lesmana, ¹⁰Dwi Wahyuni, ¹¹Fathor Rosi
^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11}Institut Agama Islam Negeri Pakangka Raya
Email Corresponding: sellynorazijah19@gmail.com*

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Desa Wisata Media Sosial Digital Marketing Wayuni Inovasi	Kota Wayun berpeluang menjadi kota wisata, karena kota Wayun kaya akan potensi alam, budaya dan infrastruktur yang memadai. Namun meski Kota Wayun merupakan kota wisata, namun masih banyak masyarakat yang kurang familiar dengan kehadiran destinasi wisata ini. Oleh karena itu, kelompok penggubah tertarik untuk membicarakan dan membantu memajukan Kota Wayun khususnya tempat wisata Situ Ulin Gagumet melalui iklan yang terkomputerisasi. Sebagai proses yang menunjukkan pembangunan melalui aksi sosial, maka metode pengembangan masyarakat lebih spesifik. Strategi ujian ini berlaku agar kota emas diawasi oleh masyarakat setempat di wilayah kota pelancong dan bagi masyarakat setempat untuk ikut serta dalam pergantian acara, pengaturan dan siklus dewan. Outcomenya adalah Kota Wayun perlu memajukan dan menampilkan potensi kotanya agar lebih dikenal oleh masyarakat setempat yang lebih luas. Oleh karena itu, aksi bantuan ini dapat menjadi langkah untuk memajukan Kota Wayun melalui peningkatan hiburan berbasis web seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, dengan menggunakan metode pengembangan masyarakat terhadap masyarakat desa Wayu. Sehingga, berkembangnya objek wisata di Situ Ulin Gagumet dapat mendorong pembangunan jalan dan infrastruktur lainnya di desa tersebut.
Keywords: Tourism Village Social Media Digital Marketing Wayun Inovation	ABSTRACT Wayun town can possibly turn into a traveler town, on the grounds that Wayun town is wealthy in normal potential, culture and sufficient framework. Notwithstanding, despite the fact that Wayun Town is a vacationer town, there are as yet many individuals who have hardly any familiarity with the presence of this vacation destination. In light of this, the composing group is keen on talking about and helping with advancing Wayun Town, particularly the Situ Ulin Gagumet vacation spot through computerized promoting. As a process that demonstrates development through social action, the community development method is more specific. This examination strategy goes for the gold town to be overseen by the local area in the traveler town region and for the local area to partake in the turn of events, arranging and the board cycle. The outcome is that Wayun Town needs to advance and present the town's potential so it is better known to the more extensive local area. In light of this, this help action can make a move to advance Wayun Town through improving web-based entertainment like Instagram, TikTok and YouTube. The development of the tourist attraction at Situ Ulin Gagumet may compel the construction of roads and other infrastructure in the village. <p style="text-align: right;">This is an open-access article under the CC-BY-SA license.</p> 

I. PENDAHULUAN

Wayun merupakan sebuah Desa yang terletak di Kalimantan Tengah tepatnya di kecamatan gunung bintang awai kabupaten barito selatan, dengan Luas wilayah Desa Wayun yaitu 35 km² / 3.500 Ha. Desa Wayun resmi berdiri sendiri pada tanggal 16 Januari 2006 berdasarkan dikeluarkannya Surat Keputusan Bupati Barito Selatan Nomor 8 Tahun 2006 tentang peningkatan status dusun / Eks Unit Transmigrasi (UPT) menjadi Desa Definitif di Kabupaten Barito Selatan. Hingga kini Pada tahun 2023 Desa Wayun dihuni oleh 1052 penduduk, memiliki 10 RT dan 2 RW.

Desa wisata adalah sebuah produk wisata yang dikembangkan berdasarkan potensi yang dimiliki Desa tersebut, baik dari segi Masyarakat, alam maupun budaya yang dimiliki masing-masing Desa, pengembangan Desa wisata dapat juga dijadikan sebagai sebuah strategi untuk meningkatkan atraksi atau daya Tarik pariwisata Indonesia (Sugianto, 2016). Sementara itu Alip (2016) menyatakan bahwa Desa wisata merupakan sebuah bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan Masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku (Sudibya, Wisata Desa Dan Desa Wisata, 2018). Selain itu Bagus (2018) memaparkan bahwa Desa wisata merupakan sebuah aset kepariwisataan yang berbasis pada potensi peDesaan dengan segala keunikan dan daya tariknya yang dapat diberdayakan dan dikembangkan sebagai produk wisata untuk menarik kunjungan wisatawan ke lokasi tersebut (Sudibya, Strategi Pengembangan Desa Wisata Berkelanjutan Di Indonesia: Pendekatan Analisis Pestel, 2022). Kemudian Bargandini mengatakan bahwa Desa wisata merupakan daya Tarik wisata yang mampu mendukung indikator-indikator perkembangan pariwisata (Bargandini, 2021).

Desa Wayun merupakan Desa yang memiliki potensi untuk menjadi Desa wisata, karena melihat dari Desa Wayun yang memiliki dan kaya akan potensi alam, budaya, inprastruktur yang memadai dan masih banyak lagi. Selain itu Desa Wayun juga memiliki beberapa objek wisata yang indah salah satunya berupa danau yang diberi nama Situ Ulin Gagumet. Berdasarkan potensi tersebut Desa Wayun mendaftar menjadi Desa wisata tahun 2023 dan masuk kedalam nominasi 10 besar sebagai Desa wisata. Sehingga Desa Wayun berusaha untuk terus berkembang dan meningkatkan Desa agar masuk nominasi 3 besar sebagai Desa wisata di wilayahnya. Salah satu yang menjadi fokus untuk di kembangkan adalah tempat wisata Desa Wayun yakni Situ Ulin Gagumet.

Wisata Situ Ulin Gagumet merupakan sebuah danau yang dijadikan sebagai objek wisata utama di Desa Wayun, yang mana Situ Ulin Gagumet ini kini telah di kelola dengan baik sehingga sangat cocok untuk menemani liburan, karena suasananya nyaman, asri, dan tersedianya kuliner khas Wayun, serta fasilitas-fasilitas wisata yang akan menambah kesan yang sangat positif.

Namun, meskipun Desa Wayun memiliki potensi yang besar untuk menjadi Desa wisata, dan masuk nominasi yang lebih tinggi, masih saja banyak orang yang belum mengetahui keberadaan Desa juga objek wisatanya, karena kurangnya akses informasi Desa, dan kurangnya promosi pada masyarakat luas, mengingat potensi dari Desa Wayun dan objek wisatanya yang kece ini maka sudah sepatutnya dapat lebih dikenal di kalangan masyarakat luas, yang masa kini semua serba digital, sehingga sepatutnya warga Desa Wayun dapat lebih memanfaatkan teknologi informasi untuk mempromosikan objek wisatanya melalui media sosial, yang marak digunakan seperti instagram, tiktok, dan lain sebagainya sehingga dapat memberikan gambaran Desa, dan objek wisata Desa Wayun agar dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Berdasarkan hal tersebut, tim penulis tertarik untuk membahas dan membantu dalam hal mempromosikan Desa Wayun khususnya pada objek wisata Situ Ulin Gagumet melalui digital marketing yaitu dengan mengoptimalkan media sosial instagram, tiktok, dan youtube sebagai media promosi dengan tujuan dapat lebih dikenal masyarakat luas, serta dapat memberikan dampak yang lebih positif bagi Desa Wayun..

II. MASALAH

Permasalahannya banyak orang yang belum mengetahui keberadaan Desa juga objek wisata di desa wayun, hal ini karena kurangnya akses informasi Desa, dan kurangnya promosi pada masyarakat luas, mengingat potensi dari Desa Wayun dan objek wisatanya yang bagus ini maka sudah sepatutnya dapat lebih dikenal di kalangan masyarakat luas, dengan tujuan dapat memberikan dampak yang positif bagi masyarakat.

III. METODE

Kegiatan pengabdian Masyarakat ini menggunakan metode pengembangan masyarakat atau *Community development* (Riyanti, 2014). Metode *community development* lebih spesifik sebagai suatu proses yang menunjukkan terjadinya pengembangan dengan melakukan Tindakan sosial untuk menciptakan sebuah perubahan baik itu bidang sosial, ekonomi, maupun lingkungan (Riyanti, 2014). Metode ini sering disebut sebagai metode Pembangunan komunitas merupakan pendekatan yang focus utamanya pada komunitas atau tingkat social yang lebih luas yang berkaitan dengan kegiatan dimana masyarakat melakukan kegiatan untuk meningkatkan keberfungsiaan soaial dan masyarakat. Metode penelitian ini bertujuan untuk Desa wisata dikelola oleh masyarakat yang ada di kawasan Desa wisata dan masyarakat ikut serta dalam proses pembangunan, perencanaan, dan pengelolaan dari tahap implentasi hingga evaluasi serta dampak

keberadaannya perekonomian masyarakat sehingga dapat menjadikan Desa wisata semakin baik dan ramai pengunjung.

Bentuk Tindakan pengabdian yang dilakukan selama di Desa Wayun dapat dijabarkan melalui beberapa tahapan yakni:

1. Tahap Pertama, riset online, survey, dan pembuatan akun media sosial.
2. Tahap kedua, identifikasi potensi-potensi yang dimiliki Desa Wayun,
3. Tahap ketiga, perekaman video dan pembuatan konten mengenai potensi di Desa Wayun.
4. Tahap ke empat penguploadan dan promosi Desa melalui sosial media (Putri, 2019).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan kegiatan penelitian dan pengabdian yang dilakukan di Desa Wayun, kecamatan gunung Bintang awai kabupaten barito Selatan. Diperolehlah hasil bahwa Desa Wayun perlu mempromosikan dan memperkenalkan potensi yang dimiliki Desa agar lebih dikenal oleh kalangan Masyarakat luas. berdasarkan berdasarkan hal tersebut dalam kegiatan pengabdian ini dapat mengambil Tindakan untuk mempromosikan Desa melalui pengoptimalan media sosial seperti Instagram, tiktok, dan youtube.

Bentuk Tindakan pengabdian yang dilakukan selama di Desa Wayun yakni melakukan observasi Desa dan identifikasi berupa penggalan potensi-potensi yang dimiliki Desa yang tentunya dapat menjadi bahan agar Desa Wayun dapat lebih di kenal di kalangan Masyarakat luas. Sehingga melalui identifikasi terhadap Desa Wayun, diperolehlah hasil bahwa Desa Wayun memiliki potensi besar dari berbagai sektor, sebagai berikut:

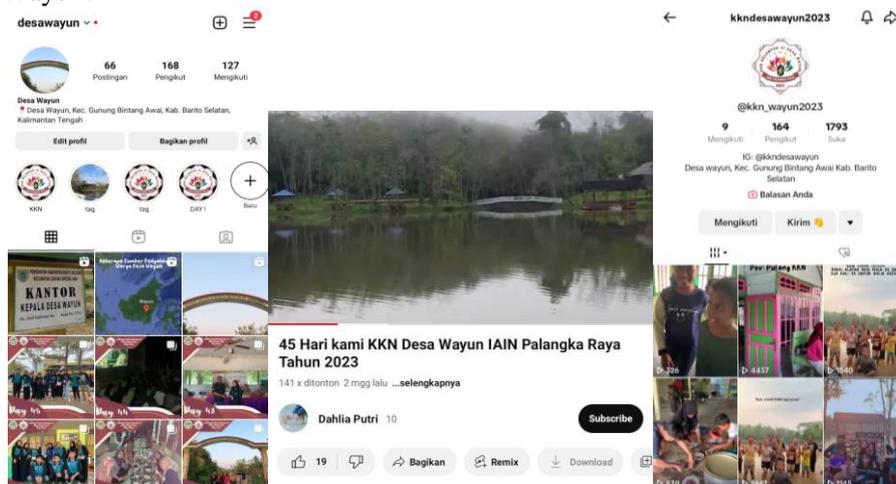
1. Sumber daya alam berupa tambang batu bara, pertanian, perikanan, dan peternakan.
Desa Wayun merupakan salah satu Desa yang memiliki potensi batu bara terbesar di daerah barito Selatan, sehingga di Desa Wayun terdapat tempat-tempat penambangan batu bara. Desa Wayun juga merupakan Desa yang terbilang asri dan merupakan Desa dengan tanah yang subur sehingga Mayoritas warga Desa Wayun memiliki lahan pertanian yang menanam berbagai jenis tanaman seperti buah-buahan, sayuran, dan lain sebagainya. Selain pertanian, warga Desa Wayun juga memili tambak ikan dan memelihara hewan ternak seperti sapi, kambing, ayam, bebek, dan lain-lain.
2. Sumber daya manusia berupa tenaga kerja dan keahlian tradisional.
Desa Wayun memiliki potensi dalam keahlian tradisional berupa kerajinan tangan seperti menganyam, menjahit, dan lain sebagainya. selain itu potensi Masyarakat yang siap dan berpotensi untuk menjadi tenaga kerja diberbagai sektor seperti sektor pertanian, pertambangan, peternakan, dan lain-lain.
3. Sumber daya pariwisata
Desa Wayun memiliki beberapa tempat wisata salah satunya yang paling utama yakni Situ Ulin Gagumet berupa danau yang telah dikelola dengan baik dan memiliki kesan yang positif.
4. Infrastruktur berupa jalan, jaringan listrik, jembatan, lapangan bola, bendungan air yang disebut pamsimas.
5. Pendidikan dan Kesehatan
Desa Wayun memiliki potensi Pendidikan yakni Taman Pendidikan Al-Qurán, Taman Kanak-kanak, Sekolah dasar, dan Sekolah Menengah Pertama. Selain Pendidikan Desa Wayun juga memiliki potensi Kesehatan seperti tersedianya puskesmas dan pustu.
6. Potensi ekonomi berupa usaha kecil menengah (UKM).
Desa Wayun memiliki potensi UKM yang memproduksi berbagai kebutuhan dan keperluan sehari-hari. Desa Wayun memiliki beberapa pabrik seperti pabrik telur, pengolahan tempe, tahu, keripik singkong, keripik talas dan lain-lain.
7. Kearifan lokal berupa adat dan tradisi
Mayoritas warga Desa Wayun terdiri dari suku Jawa, plore, dan Dayak sehingga adat dan tradisi khas yang ada di Desa Wayun yakni berupa tari jaranan, tarian plore, dan tarian Dayak seperti tari giring-giring dan tari mandau.
8. Fasilitas umum di Desa Wayun yakni tempat wisata, kantor Desa, sekolah, puskesmas, pustu, masjid, gereja, lapangan bola, lapangan voli, dan lain-lain.

Berdasarkan hasil observasi dan identifikasi tersebut sangat menggambarkan bahwa Desa Wayun memiliki potensi besar untuk menjadi Desa wisata yang lebih dikenal oleh kalangan Masyarakat luas sehingga dengan demikian, mulailah melanjutkan kegiatan oengabdian melalui pengambilan video-video yang berisi tentang potensi-potensi Desa Wayun yang seharusnya diketahui oleh Masyarakat luas, yang mana video ini

kemudian akan di edit sedemikian rupa sehingga menjadi konten yang bagus, menarik, dan dapat memperkenalkan Desa Wayun.

Melalui konten tersebutlah, dilakukan penguploadan melalui sosial media dan mengoptimalkan sosial media sebagai ajang untuk mempromosikan Desa Wayun agar Desa Wayun dan segala keunikan serta keunggulan yang dimilikinya menjadi dikenal dan terkenal di kalangan Masyarakat luas sehingga dapat menarik wisatawan-wisatawan untuk berkunjung ke Desa Wayun.

Media sosial yang digunakan untuk mempromosikan Desa Wayun yakni media sosial isntagram, tiktok, dan youtube. digunakannya ketiga aplikasi tersebut sebab dapat di akses dengan mudah sehingga tentunya menjadi pilihan yang tepat sebagai ajang promosi Desa agar nantinya Masyarakat luas mendapatkan gambaran dan mengenal Desa Wayun. Karena pada masa kini ketiga aplikasi tersebut cukup banyak diminati dan digunakan oleh Masyarakat Indonesia, terutama aplikasi instagram. Menggunakan Instagram dengan fokus pada aspek visual dapat menarik perhatian pengguna media sosial dan membuat penggunaannya menjadi lebih mudah dilakukan (Riyadi et al., 2019). Selain itu Adhanisa dan Fatchiya (2017) menyatakan bahwa Instagram merupakan alat promosi yang efektif untuk Desa Wisata karena dapat menarik perhatian dan minat pengguna (Ayu et al, 2022). Konten video yang di upload di sosial media yang telah dibuat tidak hanya berisi potensi Desa Wayun melainkan juga berisi konten-konten kebersamaan yang tentunya dapat menunjukkan keunikan serta keindahan Desa Wayun. Adapun konten yang di promosikan untuk media sosial Instagram dan tiktok ini berdurasi lebih singkat pada umumnya di kedua aplikasi ini menampilkan konten yang cukup singkat sehingga dalam pengeditan harus dikemas dengan menarik dan benar-benar memilih konten yang tepat. Sedangkan konten yang di promosikan melalui media sosial youtube berdurasi lebih panjang dan lebih menggambarkan secara detail mengenai Desa Wayun agar dapat mempromosikan dan memberikan gambaran dengan baik mengenai Desa Wayun.



Gambar 1. Akun Instagram Untuk Promosi

Wisata Situ Ulin Gagumet ini di kekola oleh bum Desa dan terus di kembangan dengan berbagai event untuk menambah kemeriahan suasana wisata yang memiliki keindahan panorama alamnya. Selain keindahan danaunya, Situ Ulin Gagumet juga menyediakan spot-spot foto yang kece dan menyediakan penyewaan sepeda air, kano perahu, mobil-mobilan anak, sepeda, kolam pemancingan, dan masih banyak lagi. Pada objek wisata ini juga terdapat UMKM yang menjual aneka makanan, minuman, dan jajanan khas Desa Wayun, yang tentunya sangat lezat dan tersedia dengan harga yang sangat terjangkau.

Wisata ini juga sangat asik untuk dinikmati oleh para pengunjung. Apalagi dengan adanya hiburan musik yang membuat para pengunjung merasa terhibur didalam menikmati wisata tersebut dan Tempat spot foto yang tak kalah indahnya menjadi daya tarik tersendiri bagi para fotografer dan yang suka dengan keindahan alamnya. Ketenangan air danau yang bisa dinikmati dengan sepeda air memberikan kesenangan bagi anda dan keluarga serta orang-orang tercinta. Selain sebagai tempat wisata, Situ Ulin Gagumet juga kerap di jadikan sebagai tempat pelaksanaan acara-acara Desa seperti perayaan lomba 17 agustus, pelatihan-pelatihan dan lain sebagainya.

Pada pembahasan mengenai wisata peDesaan, Desa wisata merupakan bagian dari aset pariwisata dengan berbasis pada potensi yang dimiliki oleh Desa yang cakupannya meliputi keunikan dan daya Tarik yang mampu dikembangkan menjadi produk wisata sehingga dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke lokasi Desa wisata tersebut. Desa wisata mempunyai kriteria sebagai berikut.

1. Aksesibilitas yang baik, sehingga wisatawan dapat dengan mudah mengunjungi Desa wisata dengan menggunakan berbagai macam alat transportasi yang mendukung.
2. Mempunyai berbagai macam objek yang menarik seperti alam, legenda, seni dan budaya, makanan lokal, dan lain sebagainya yang dapat dikembangkan sebagai objek wisata Desa.
3. Pemerintah dan masyarakat Desa menerima dan memberikan dukungan yang tinggi pada Desa wisata dan juga pada para wisatawan yang datang ke Desanya..
4. Adanya jaminan terhadap keamanan Desa wisata.
5. Penyediaan akomodasi, telekomunikasi, serta tenaga kerja yang memadai.
6. Desa wisata tersebut mempunyai iklim yang sejuk atau dingin.
7. Berhubungan dengan objek wisata lain yang sudah dikenal oleh masyarakat luas.

Dalam konteks Desa wisata, masyarakat lokal memiliki peran yang penting dalam pengembangan Desa wisata, hal tersebut karena sumber daya serta keunikan budaya yang sudah membaaur pada masyarakat lokal tersebut dapat menjadi unsur penggerak yang utama dalam berbagai kegiatan Desa wisata. Pada sisi lain, kelompok masyarakat lokal yang tumbuh dan hidup berdekatan dengan suatu objek wisata dapat menjadi bagian dari sistem ekologi yang saling berhubungan. Adanya keberhasilan dalam pengembangan Desa wisata tergantung pada tingkat penerimaan dan dukungan kelompok masyarakat lokal.

Dengan adanya pengembangan wisata Situ Ulin Gagumet di Desa Wayun dapat memberikan faktor pemicu pada pengembangan infrastruktur yang mendukung, Infrastruktur seperti jalan menuju wisata Situ Ulin Gagumet telah mengalami perbaikan sejak beberapa tahun terakhir, infrastruktur lainnya seperti pembangunan balai pertemuan yang biasanya digunakan untuk berbagai kegiatan Desa wisata, sarana mck, spot foto yang menarik, dan pembangunan homestay untuk para wisatawan yang ingin bersantai sambil menikmati jajanan lokal yang ada di wisata Situ Ulin Gagumet.

Melalui Desa Wisata, khalayak umum khususnya masyarakat lokal yang tinggal di Desa wisata diharapkan mampu memahami akan pentingnya Desa wisata, hal tersebut karena Desa wisata dapat memberikan manfaat yang baik terhadap masyarakat lokal yang tinggal dilokasi tersebut, masyarakat lokal dapat memanfaatkan potensi alam serta budayanya untuk sumber pendapatan dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Swanson dan Devereaux (2016) menyatakan bahwa dalam studi tentang masyarakat, aspek ekonomi dan budaya adalah dua aspek yang saling berlawanan, dalam pengertian lain, segala hal yang memberikan dampak positif pada aspek ekonomi, bisa jadi memberikan dampak yang negatif dalam aspek budaya lokal masyarakat begitupun juga sebaliknya. Maka dengan menggunakan strategi yang baik dan tepat, dampak positif akan didapatkan pada kedua aspek tersebut.

Strategi pengembangan ekonomi dan sosial budaya sangat penting terhadap pariwisata berkelanjutan, dengan demikian perlu adanya tindakan untuk mempromosikan desa melalui *digital marketing*. *Digital marketing* yakni strategi pengoptimalan media sosial Instagram dan media sosial lainnya sebagai alat promosi. Menurut (Bilgin, 2018) penggunaan *digital marketing* menjadi sangat penting karena aktivitas pemasaran media sosial secara signifikan memengaruhi kesadaran merek, citra merek, dan loyalitas konsumen terhadap merek tersebut (Bilgin, 2018). Adapun manfaat yang diberikan dengan adanya Desa wisata diantaranya yaitu;

Manfaat ekonomi, dengan adanya Desa wisata akan memberikan potensi ekonomi yang dapat dihasilkan. Pada destinasi wisata, masyarakat lokal dapat berperan sebagai penyedia jasa dan produk yang dapat diperdagangkan kepada wisatawan. Masyarakat lokal bisa membuka atau menyediakan homestay untuk para wisatawan, masyarakat lokal juga dapat menjual jajanan kuliner lokal yang khas di Desa wisata tersebut, selain itu, masyarakat lokal juga dapat menyediakan aktivitas seru seperti tur budaya dan olahraga.

Manfaat Lingkungan, dengan pengelolaan Desa wisata yang baik, tentunya akan dapat melestarikan sumber daya alam dan ekosistem yang ada di Desa wisata tersebut. Pemerintah Desa serta masyarakat lokal dapat mengadopsi praktik pertanian organik ataupun merestorasi hutan yang rusak. Desa wisata juga dapat berperan dalam memberikan edukasi kepada wisatawan mengenai pentingnya pelestarian lingkungan.

Manfaat Budaya, Desa wisata dapat menjadi salah satu sarana bagi masyarakat lokal dalam mempromosikan dan melestarikan budaya lokal di Desa wisata tersebut. Dengan melalui kegiatan seperti pagelaran seni tradisional, pengenalan kuliner lokal dan kerajinan tangan yang khas di Desa wisata akan dapat

dilestarikan keunikannya dan memperkenalkannya kepada para wisatawan, sehingga dapat meningkatkan kebanggaan warisan budaya oleh masyarakat lokal, para wisatawan yang datang tentunya akan belajar mengenai kebudayaan yang berbeda (Yoeti, 2019).

V. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat di ambil dari penjelasan di atas adalah pentingnya mempromosikan maupun memperkenalkan potensi-potensi yang terdapat di Desa Wayun sebagai salah satu Desa wisata. Salah satu cara memperkenalkan Desa yaitu melalui sarana media sosial seperti Instagram, Tik tok dan juga melalui kanal Youtube. Hal ini bertujuan agar kalangan masyarakat luas dapat mengetahui mengenai budaya, tradisi dan objek wisata yaitu salah satunya adalah wisata Situ Ulin Gagumet di Desa Wayun.

Selain itu juga peran pemerintah Desa dan masyarakat sekitar memiliki peran yang sangat penting dalam memberikan dukungan tinggi maupun pengembangan pada tempat wisata seperti akses yang lebih baik, fasilitas yang memadai sehingga dapat mempermudah dan menarik wisatawan untuk berkunjung ke wisata Situ Ulin Gagumet. Dengan adanya pengembangan obyek wisata Situ Ulin Gagumet tersebut dapat menjadi pemicu pengembangan infrastruktur Desa seperti pembangunan jalan dan infrastruktur lainnya.

Selain wisatanya Desa Wayun juga merupakan Desa dengan sumber daya yang melimpah terbukti dengan adanya tambang batu bara, pertanian, perikanan dan juga peternakan. Dalam hal ini maka pentingnya masyarakat lokal untuk memahami peran dari Desa wisata, hal ini tentunya memiliki peran penting dan memberikan manfaat serta meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat sekitar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur tak hentinya penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya karena atas izin-Nya lah Artikel dengan judul “Pengoptimalan Media Sosial Dalam Pemasaran Desa Wayun Sebagai Desa Wisata” dapat diselesaikan. Penulisan Artikel ini ditujukan sebagai salah satu tugas dari laporan akhir kegiatan KKN (Kuliah Kerja Nyata) yang telah diselesaikan.

Ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah ikut membantu, berpartisipasi, dan membimbing dalam pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) selama satu setengah bulan di Desa Wayun, Kec. Gunung Bintang Awai, Kab. Barito Selatan. Khususnya ucapan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada pemerintah Desa Wayun dan seluruh masyarakat yang telah menerima dan membimbing dengan baik sehingga seluruh kegiatan dapat berjalan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Hadiwijoyo, S. S. (2012). *Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat*, Graha Ilmu. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Putri, B. H. (2019). Efektivitas Program Penanggulangan Anak Jalanan Berbasis Community Development Di Kota Serang (Studi Pada Program Rumah Singgah). *Publik (Jurnal Ilmu Administrasi)*, 81 <<https://doi.org/10.31314/pjia.7>>.
- Stephen Wearing and Matthew Mc Donald. (2002). The Development of Community-Based Tourism: Re-Thinking the Relationship between Tour Operators and Development Agents as Intermediaries in Rural and Isolated Area Communities. *Journal of Sustainable Tourism*, 191-206.
- Sudibya, B. (2018). Wisata Desa Dan Desa Wisata. *Jurnal BAPPEDA LITBANG*, 22–25 <<http://www.berdesa.com/apa-beda-desa-wisata-dan-wisata-desa>>.
- Sudibya, B. (2022). Strategi Pengembangan Desa Wisata Berkelanjutan Di Indonesia: Pendekatan Analisis Pestel. *Jurnal DPR RI*, 71–87.
- Sugianto, A. (2016). Kajian Potensi Desa Wisata Sebagai Peningkatan Ekonomi Masyarakat Desa Karang Patihan Kecamatan Balong Ponorogo’, *Ekuilibrium. Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 56 <<https://doi.org/10.24269/ekuilibrium.v11i1.113>>.
- Yoeti, O. (2019). *Melestarikan Seni Budaya Tradisional Yang Nyaris Punah*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Ni Kadek Ayu Martha Kusumawati, I Dewi Putu Oka Suardi, I. G. S. A. P. (2022). *Efektivitas Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Agrowisata Bagus Agro Pelaga Di Desa Pelaga , Kecamatan Petang , Kabupaten Badung*. 11(2), 764–776.
- Riyadi, S., Susilo, D., Mulia, U. B., Sufa, S. A., Padjadjaran, U., & Putranto, T. D. (2019). *Digital Marketing*

Strategies To Boost Tourism Economy : A Case Digital Marketing Strategies To Boost Tourism Economy : A Case Study Of Atlantis Land Surabaya. October.
<https://doi.org/10.18510/Hssr.2019.7553>

Riyanti, C. (2014). *Asset Based Community Development Dalam Program Corporate Social Responsibility (CSR).* 3.