



Analysis of Instagram Visual Content @desa_kemiren in Building Kemiren Village Tourism Image

Analisis Konten Visual Instagram @desa_kemiren Dalam Membangun Citra Pariwisata Desa Kemiren

OPEN ACCESS

ISSN 2541-2841 (online)
ISSN 2302-6790 (print)

Edited by:

Didik Hariyanto

*Correspondence:

m.andifikri@umsida.ac.id

Citation:

Alifiah Nurahma dan M. Andi Fikri
(2025) Analisis Konten Visual
Instagram @desa_kemiren Dalam
Membangun Citra Pariwisata Desa
Kemiren. (13)2

Doi:10.21070/kanal.v13i2.1804

Alifiah Nurahma¹, M. Andi Fikri^{2*}

^{1,2} Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Abstract

This research analyzes the strategies and forms of content used by the Instagram account @desa_kemiren in building Kemiren Village's tourism image. Through a descriptive qualitative approach, this research explores how the account communicates the cultural richness and charm of village tourism to a global audience. The theory used as the foundation of this research is the New Media theory by Pierre Levy. Primary data was obtained through interviews with the Vice Chairman of the Tourism Awareness Group (POKDARWIS) and several followers of the Instagram account, while secondary data was sourced from literature, social media, and the official website of Kemiren Village. The results showed that the Instagram account @desa_kemiren successfully utilized Instagram as a platform to promote the beauty and richness of its culture with the strategies that have been used so that the Instagram account @desa_kemiren has succeeded in building the tourism image of Kemiren Village. Forms of communication through interesting visual content, such as content containing customs and traditions, namely, gandrung dance, pechel pithik culinary, ten ewu coffee festival and others. This research also provides a deeper understanding of the role of social media in promoting local tourism in Kemiren Village and building a positive image of a tourist destination in Kemiren Village Banyuwangi.

Keywords: Content Analysis, Kemiren Village, Tourism Image

Abstrak

Penelitian ini menganalisis strategi dan bentuk konten yang digunakan oleh akun Instagram @desa_kemiren dalam membangun citra pariwisata Desa Kemiren. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana akun tersebut mengkomunikasikan kekayaan budaya dan pesona pariwisata desa kepada khalayak global. Teori yang digunakan sebagai landasan penelitian ini adalah teori New Media oleh Pierre Levy. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan Wakil Ketua Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) dan beberapa followers akun Instagram tersebut, sedangkan data sekunder bersumber

dari literatur, media sosial, dan website resmi Desa Kemiren. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @desa_kemiren berhasil memanfaatkan Instagram sebagai platform untuk mempromosikan keindahan dan kekayaan budaya yang dimilikinya dengan strategi yang telah digunakan sehingga akun Instagram @desa_kemiren telah berhasil membangun citra pariwisata Desa Kemiren. Bentuk komunikasi melalui konten visual yang menarik, seperti konten yang berisikan adat dan tradisi yaitu, tarian gandrung, kuliner pecel pithik, festival ngopi sepuluh ewu serta yang lainnya. Penelitian ini juga memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang peran media sosial dalam mempromosikan pariwisata lokal Desa Kemiren dan membangun citra positif sebuah destinasi wisata di Desa Kemiren Banyuwangi.

Kata Kunci: Analisis Konten, Desa Kemiren, Citra Pariwisata

PENDAHULUAN

Desa Kemiren, terletak di Kecamatan Glagah, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur, merupakan salah satu desa yang memiliki sejarah yang kaya. Desa ini mulai terbentuk pada periode penjajahan Belanda pada tahun 1830-an, awalnya sebagai lahan pertanian dan hutan yang dimiliki oleh penduduk Desa Cungking. Desa Cungking, yang menjadi asal mula masyarakat Osing di Banyuwangi tetap ada hingga saat ini, meskipun telah berkembang menjadi desa kota yang berjarak sekitar 5 km dari Desa Kemiren. Pada masa itu, penduduk Cungking bersembunyi di sawah untuk menghindari tentara Belanda dan akhirnya memutuskan untuk tinggal di Desa Kemiren, yang awalnya merupakan hutan dengan pohon kemiri dan durian yang melimpah. Karena itu, desa ini diberi nama "Kemiren". Desa Kemiren terkenal dengan kekayaan budaya dan tradisinya, mempertahankan nilai-nilai tradisional Osing yang kuat (Ratnasari, 2017).

Instagram telah muncul sebagai platform media sosial yang cukup berpengaruh bagi bisnis dan individu yang ingin menjangkau khalayak di seluruh dunia dengan produk atau layanan mereka di era kemajuan digital ini. Salah satu akun yang memiliki pengaruh besar dalam pengembangan citra pariwisata adalah @desa_kemiren. Desa Kemiren di Banyuwangi telah memanfaatkan Instagram sebagai platform untuk memperkenalkan kekayaan budaya, tradisi, dan keunikan desa kepada khalayak global. Akun Instagram Desa Kemiren dikelola oleh POKDARWIS, sebuah organisasi yang terdiri dari penduduk desa dan anggotanya terdiri dari warga sekitar. Kelompok ini bertujuan untuk mewujudkan sapa pesona dan menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan pariwisata di desa melalui konten yang menarik perhatian wisatawan lokal dan internasional, mengundang mereka untuk mengunjungi dan menikmati keindahan serta kekayaan budaya yang dimiliki. Meningkatnya permintaan akan pengalaman wisata yang unik dan autentik telah menjadi dorongan signifikan bagi pengembangan desa wisata, serta menjadikannya pilihan menarik bagi wisatawan modern (Bastari et al., 2020).

Di Desa Kemiren terdapat Sekolah Adat Osing Pesinauan yang berlokasi di perbatasan antara Desa Kemiren dan Desa Olehsari. Sekolah Adat Osing Pesinauan merupakan Gerakan untuk melestarikan budaya lokal berbasis sekolah informal. Sekolah non-formal ini bertujuan untuk mempreservasi budaya lokal yakni adat Suku Osing. Sekolah didirikan dengan swadaya golongan AMAN, sebagai bentuk pengabdian diri untuk memberdayakan Masyarakat adat Osing (Bagus Prayogi, 2021), Sekolah Adat Osing Pesinauan dikelola oleh Bapak Slamet Diharjo atau biasa dikenal dengan Bapak Samsul yang merupakan

pengurus sekaligus pemilik lahan sekolah. Sekolah ini lebih berfokus pada pelestarian dan pengembangan budaya Osing. Mereka berperan sebagai wadah untuk menjaga tradisi, seni, dan pengetahuan lokal masyarakat Osing. Struktur organisasi. Struktur organisasi lebih sederhana dibandingkan POKDARWIS. Mereka seringkali melibatkan tokoh-tokoh adat dan Masyarakat secara langsung dalam kegiatan mereka. Berbeda dengan POKDARWIS Desa Kemiren yang berfokus pada pengelolaan dan pengembangan produk wisata. POKDARWIS memiliki struktur organisasi yang jelas, dengan berbagai divisi yang bertanggung jawab atas tugas-tugas spesifik.

POKDARWIS maupun Sekolah Adat Osing Pesinauan memiliki peran yang sangat penting dalam pengembangan Desa Kemiren. POKDARWIS berperan sebagai motor penggerak ekonomi melalui pariwisata, sedangkan Sekolah Adat Osing Pesinauan berperan sebagai penjaga warisan budaya. Keduanya perlu bekerja sama untuk menciptakan Desa Kemiren yang tidak hanya menjadi destinasi wisata yang menarik, tetapi juga tetap menjaga keaslian dan kekayaan budayanya.

Alasan penulis memilih Desa Kemiren sebagai objek penelitian dikarenakan Desa Kemiren adalah Desa Osing yang masih mempertahankan tradisi dan budayanya dengan baik. Desa Kemiren juga seringkali meraih prestasi yang akan dibahas pada bab pembahasan dari penelitian ini. Desa Kemiren memiliki banyak potensi wisata yang dapat dikembangkan, seperti wisata budaya, wisata alam, dan wisata kuliner. Desa Kemiren juga telah menjadi desa wisata yang cukup populer dalam beberapa tahun terakhir.

Pada pembahasan ini, peneliti menggunakan teori New Media oleh Pierre Levy sebagai landasan teori dari penelitian yang berjudul "Analisis Konten Visual Instagram @desa_kemiren Dalam Membangun Citra Pariwisata Desa Kemiren". Kaitan teori New Media dengan penelitian ini yakni:

- a. Pembentukan Citra: Dengan menggunakan konsep inteligensi kolektif dan komunitas virtual, penulis dapat menganalisis bagaimana konten visual yang dibagikan di Instagram @desa_kemiren berkontribusi dalam membentuk citra Desa Kemiren di benak berikutnya. Konten yang dibagikan secara kolektif oleh POKDARWIS akan membentuk persepsi Bersama tentang desa wisata tersebut.
- b. Interaksi Sosial: Penulis dapat meneliti bagaimana interaksi sosial yang terjadi oleh Instagram @desa_kemiren dalam mempengaruhi Keputusan seseorang untuk mengunjungi Desa Kemiren. Misalnya, komentar positif dari pengguna lain atau rekomendasi dari teman dapat mendorong seseorang untuk merencanakan kunjungan

c. Pengaruh Hypertextuality: Analisis terhadap penggunaan hashtag dan tag pada postingan Instagram @desa_kemiren dapat mengungkapkan bagaimana konten tersebut dihubungkan dengan konten lain yang relevan, baik di dalam maupun di luar platform Instagram. Hal ini akan menunjukkan seberapa efektif konten tersebut dalam mencapai audiens yang lebih luas.

Media sosial seperti Instagram, memiliki peran penting dalam membentuk citra manusia dan memengaruhi persepsi masyarakat. Media sosial mempunyai kemampuan mempengaruhi persepsi masyarakat dengan menampilkan berbagai perilaku manusia melalui representasi visual. Citra positif yang dibangun melalui media sangat penting, karena mencerminkan pandangan masyarakat terhadap suatu entitas seperti perusahaan, individu, atau organisasi. Pentingnya citra ini juga terlihat dalam cara sebuah kota atau daerah menumbuhkan persepsi positif di kalangan masyarakat dengan menggunakan taktik komunikasi yang menonjolkan kekhasan, warisan budaya, peristiwa, dan potensinya di pasar global.

Akun Instagram @desa_kemiren pada pertengahan bulan maret memiliki jumlah followers sebanyak 9.826 dan memuat 762 postingan.



Gambar 1. Profil Akun Instagram @desa_kemiren
 Sumber: https://www.instagram.com/desa_kemiren/

Analisis ini akan melihat bagaimana @desa_kemiren membuat konten yang menarik dan informatif dengan menggunakan berbagai elemen desain komunikasi visual seperti foto, video, dan narasi. Selain itu, akan dibahas bagaimana desa ini menggunakan Instagram untuk mempromosikan berbagai atraksi wisata, seperti rumah adat, kerajinan khas, dan tradisi lokal, serta meningkatkan kesadaran dan kepedulian terhadap pelestarian budaya dan tradisi. Sebuah desa menawarkan banyak atraksi seperti

keindahan alam, situs budaya, dan kegiatan minat khusus. Selain itu juga memberikan kemudahan akses, fasilitas, dan kelembagaan administrasi yang tertata dengan baik (Marsono, 2019).



Gambar 2. Kumpulan Konten Instagram @desa_kemiren
 Sumber: https://www.instagram.com/desa_kemiren/

Konten visual mengacu pada beberapa jenis materi yang dapat diapresiasi secara visual dalam lingkungan teknologi saat ini, seperti gambar, grafik, atau film (Martajaya & Sari, 2021). Konten visual memiliki peran sentral dalam media untuk menarik minat audiens. Sebagai contoh, dalam platform seperti Instagram, feed yang menarik cenderung mendapat respon baik dari audiens, pada gilirannya dapat meningkatkan insight atau pemahaman yang lebih dalam tentang konten yang disajikan (Husnayaeni & Tunggal, 2023). Konten informasi digital mencakup berbagai bentuk, seperti teks, foto, grafik, video, suara, dokumen, laporan, dan hal-hal lain yang dapat dikelola secara elektronik (Mahmudah & Rahayu, 2020).

Visual memiliki kekuatan untuk meninggalkan kesan abadi, menciptakan keterlibatan yang lebih baik, dan mengembangkan keterikatan emosional dengan audiens. Konten visual juga memiliki manfaat lain seperti meningkatkan eksposur merek atau identitas, memudahkan pembagian melalui platform media sosial, dan meningkatkan peringkat SEO. Konten visual merupakan daya tarik yang menarik pada platform media sosial yang memiliki kemampuan untuk berinteraksi dengan audiens (Sovira, 2021). Selain itu, visual dapat menghasilkan tautan berkualitas dari situs otoritatif yang penting untuk SEO. Menciptakan citra merek yang positif juga merupakan manfaat penting dari konten visual. Melalui visual, perusahaan dapat menampilkan budaya bisnis mereka, menunjukkan kerja keras tim, dan berpartisipasi dalam

kegiatan komunitas, yang semuanya dapat meningkatkan kepercayaan dan keterikatan prospek kepada merek.

Penelitian ini berfokus pada analisis konten Instagram @desa_kemiren dalam upaya membangun citra pariwisata Desa Kemiren. Analisis mencakup isi pesan, konsep, warna, dan desain konten untuk memahami bagaimana konten tersebut memengaruhi perilaku konsumen dan sejauh mana pesan tersebut diterima oleh audiens. Tujuannya adalah untuk mengeksplorasi strategi dan bentuk konten yang digunakan dalam membangun citra pariwisata Desa Kemiren melalui platform Instagram. Penelitian ini memberikan wawasan berharga tentang penggunaan media sosial, khususnya Instagram oleh Desa Kemiren untuk mempromosikan produk pariwisata, dengan fokus pada isi konten yang menarik perhatian masyarakat luas dan membangun citra yang positif untuk kegiatan pariwisata Desa Kemiren.

Penelitian terdahulu pernah dilakukan oleh (Lubis & Rorong, 2023) berjudul "Membangun Citra Pariwisata Kota Batam Melalui Analisis Konten Instagram @batampromotion" membahas pemanfaatan media sosial Instagram sebagai wadah/platform penyebaran informasi seputar destinasi atau wisata Kota Batam serta strategi komunikasi diterapkan oleh akun Instagram @batampromotion. Penelitian terdahulu ini memiliki persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis, dengan tujuan sama yaitu mengetahui strategi dan bentuk komunikasi dalam membangun citra pariwisata pada media sosial Instagram. Selain itu, pembeda dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah lokasi yang akan diteliti dan hasil bentuk komunikasi yang digunakan.

Penelitian ini sebelumnya juga pernah dilakukan oleh (Anggreani, 2020) berjudul "Strategi Lembaga Adat Dalam Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Pengembangan Pariwisata Di Desa Adat Osing Kemiren" penelitian ini membahas tentang bagaimana Lembaga Adat Osing Kemiren menerapkan langkah-langkah dalam meningkatkan pengembangan wisata dengan memanfaatkan teknologi informasi. Pada konteks ini, analisis konten visual yang disajikan dalam akun Instagram @desa_kemiren, terutama karena penelitian sebelumnya telah menyoroti pemanfaatan teknologi informasi oleh lembaga tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini melanjutkan penelitian sebelumnya dengan fokus pada aspek konten visual dalam upaya membangun citra pariwisata Desa Kemiren melalui platform Instagram.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berjenis kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Penelitian ini fokus menganalisis isi konten Instagram dari @desa_kemiren yang sebagian besar menampilkan konten terkait pariwisata dari Desa Kemiren.

Kontennya mencakup gambar dan potongan video yang diunggah. Penelitian ini dilakukan dari pertengahan bulan Maret hingga awal Juni 2024, tepatnya selama tiga bulan. Metode pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara, observasi, pencatatan, dan tinjauan pustaka terhadap konten yang ditampilkan pada akun Instagram @desa_kemiren. Data primer diperoleh melalui wawancara yang dilakukan kepada Wakil Ketua POKDARWIS dan sejumlah followers Instagram dengan handle @desa_kemiren. Data sekunder diperoleh dari sumber seperti literatur, media sosial, dan website resmi Desa Kemiren. Terdapat empat Informan yang terlibat dalam wawancara penelitian ini.

Alasan penulis memilih Informan untuk dijadikan subjek penelitian ini, dikarenakan adanya pengalaman berkunjung dan tingkat keterlibatan atau frekuensi interaksi dengan akun Instagram, seperti memberikan like, komentar, atau membagikan konten.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis Milles dan Huberman. Proses analisis data model Miles dan Heuberman memiliki empat tahap yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Pengumpulan data dilakukan dengan mengobservasi isi-isi konten pada akun media sosial @desa_kemiren dan melakukan wawancara mendalam kepada Informan. Reduksi data yaitu penyederhanaan data yang telah terkumpul agar lebih mudah dipahami dan dianalisis. Penyajian data yang diperoleh telah dikategorikan kemudian disajikan dalam bentuk narasi dengan tujuan menginterpretasikan data secara sistematis. Selanjutnya membuat kesimpulan berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan dan sudah melalui tahap reduksi. Pengecekan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji transferability dimana peneliti akan memberikan uraian secara rinci, jelas, dan sistematis yang bertujuan untuk mempermudah pemahaman orang lain mengenai apa yang diteliti serta diharapkan hasil dari penelitian dapat diterapkan sebagaimana mestinya.

HASIL DAN DISKUSI

1. Profil akun Instagram @desa_kemiren

Pada profil akun Instagram terdapat link tree yang disisipkan guna mempermudah pengguna lain mencari informasi terkait Desa Kemiren. Dalam link tersebut terdapat beberapa informasi mengenai event Desa Kemiren, artikel budaya, toko produk, paket wisata, lokasi serta terdapat link yang mengarah ke akun Official Youtube Desa Kemiren dan WhatsApp untuk tamu atau pengunjung yang ingin reservasi. Profil akun Instagramnya juga memuat website *e-commerce* yang menjadi platform kolaborasi antara @desa_kemiren dengan perusahaan lain untuk memasarkan produk atau jasanya. Profil Instagram @desa_kemiren juga menampilkan 15 highlight. Tujuan mengkategorikan sorotan ini adalah untuk meningkatkan visibilitas konten yang dipublikasikan sebelumnya di Instagram Stories bagi pengguna lain.

2. Pengikut akun Instagram @desa_kemiren



Gambar 3. Pengikut Akun Instagram @desa_kemiren
 Sumber: https://www.instagram.com/desa_kemiren/

Jumlah pengikut akun Instagram @desa_kemiren terus meningkat, pada pertengahan bulan Maret 2024 memiliki 9.826 jumlah followers dan pada awal bulan Juni 2024 mencapai 10RB followers. Selain isi konten yang menarik, tamu yang berkunjung langsung di Desa Kemiren selalu merasa puas dengan pertunjukan yang disuguhkan. Hal tersebut menjadi salah satu faktor cepat meningkatnya followers akun @desa_kemiren. Berikut paparan dari salah satu followers terkait pengalaman berkunjung ke Desa Kemiren:

“Menginap di homestay tradisional merupakan pengalaman paling berkesan untuk saya. Saya bisa merasakan langsung suasana kehidupan Masyarakat Osing. Selain itu, pertunjukan tari Gandrung yang saya saksikan sangat memukau. Gerakan tariannya yang dinamis dan musiknya yang khas membuat saya terpesona” (Ahmad Khulafaur Rosidin).

3. Isi Konten akun Instagram @desa_kemiren

Akun Instagram @desa_kemiren menempatkan perhatian khusus pada kualitas dan konsep yang matang dalam setiap konten yang diunggahnya, dengan tujuan untuk memperoleh pengaruh positif serta respond dari para pengguna Instagram. Konten yang ditampilkan meliputi beragam tema, diantaranya adalah tarian gandrung, kuliner pecel pitihik, festival ngopi sepuluh ewu, dan sebagainya.



Gambar 4. Adat & Tradisi Dalam Konten Instagram @desa_kemiren

Sumber: https://www.instagram.com/desa_kemiren/

Gaya komunikasi yang unik dalam berinteraksi dengan pengguna Instagram membuat @desa_kemiren terus menarik perhatian.

Akun ini mengoptimalkan konten yang dikirimkan dengan menggunakan berbagai tools yang diberikan Instagram antara lain, caption, hashtag, story, highlight, dan mention. Muhamad Nanda Al Hakim Akbar, selaku pemilik akun Instagram @desa_kemiren dan Wakil Ketua POKDARWIS Desa Kemiren, menekankan beberapa hal yang perlu diperhatikan saat mengunggah konten agar mendapatkan engagement positif bagi @desa_kemiren.

“Guna mempengaruhi feedback serta tanggapan dari followers, kami menggunakan timing yang tepat dalam mengupload suatu konten, mengikuti trend viral yang ada pada saat itu, dan memberikan infografis khususnya mengenai Desa Kemiren itu sendiri”. (Muhamad Nanda Al Hakim Akbar).

Terdapat pula beberapa masukan dari para followers terhadap konten visual Instagram @desa_kemiren untuk kedepannya:

“Mungkin bisa lebih informatif lagi dan juga dibuat memakai bahasa internasional agar dapat menarik lebih banyak turis untuk berkunjung ke Desa Kemiren”. (Titania Hery).

4. Warna dan Desain Akun Instagram @desa_kemiren.

Akun Instagram @desa_kemiren mempertahankan tema warna dan desain yang konsisten pada setiap kontennya dengan mengadopsi logo monokromatik (hitam dan putih) sebagai identitas visualnya. Konsep warna yang digunakan pada konten juga selaras dengan logo, menggunakan warna gelap dan kalem untuk menciptakan kesan yang seragam. Desain konten cenderung ramai namun tetap terkontrol dalam penggunaan warna, sehingga konten-konten dalam feed Instagram terlihat menarik dan rapih. Meskipun demikian, dalam konten video menggunakan pendekatan sederhana dan mengutamakan komunikasi pesan yang

diinginkan serta upaya terus dilakukan untuk menampilkan konten terbaik dengan tujuan menarik minat pengguna Instagram. Pendapat dari salah satu pengikut akun Instagram @desa_kemiren, Salwa Nabila Setia Putri, mencerminkan bahwa desain visualisasi yang menarik dan tertata rapi menjadi salah satu faktor yang membuatnya tertarik untuk mengikuti dan melihat konten-konten visual dari @desa_kemiren. :

“Dengan kontras warna yang dimainkan dipadukan dengan jepretan gambar asli serta tema dan desainnya yang colorful dan informatif membuat saya ingin mengikuti akun tersebut untuk memahami lebih dalam mengenai Desa Kemiren. Sehingga saya sering membagikan konten-kontennya pada Instagram story dan saya selalu merasa terinspirasi ingin mengunjunginya setelah sering melihat konten visual dari @desa_kemiren”. (Aprilia Nanda Kharismasari).

5. Fokus dan Strategi Akun Instagram @desa_kemiren

@desa_kemiren memfokuskan konten pada konten kuliner, promosi, atraksi, edukasi, dan objek wisata. Setiap konten baik konten video ataupun foto yang diupload dalam akun Instagram @desa_kemiren memiliki kualitas gambar yang tinggi dan audio yang jernih untuk membuat audien jauh lebih tertarik. Pembuatan konten dilakukan pada saat kegiatan berlangsung dan hanya memerlukan sedikit editing pada konten yang akan diupload.

Akun Instagram @desa_kemiren menggunakan strategi online marketing yang digunakan oleh POKDARWIS yaitu dengan membuat video singkat serta foto kegiatan yang menunjukkan pesona objek wisata Desa Kemiren. Dengan strategi yang digunakan berdampak baik pada jumlah pengunjung (Sitepu & Sabrin, 2020).

Penggunaan strategi komunikasi seperti halnya dalam menghadirkan materi Instagram dengan daya tarik visual yang tinggi, menyampaikan pesan informatif, dan memikat minat pengguna Instagram lainnya, berkontribusi signifikan dalam upaya memperoleh pengetahuan tentang Desa Kemiren melalui konten yang dibagikan @desa_kemiren. Dengan adanya strategi komunikasi yang efektif, dapat membantu meningkatkan keterlibatan (engagement) pengguna dan mencapai tujuan komunikasi yang telah ditetapkan

Berdasarkan postingan yang dibagikan oleh @desa_kemiren, telah terungkap detail mengenai ritual adat Tumpeng Sewu yang rencananya akan dilaksanakan pada tahun 2023. Akun Instagram ini menggunakan pendekatan komunikasi yang berupaya menyebarkan informasi tentang ritual kuno secara luas melalui penggunaan media sosial Instagram. Pada postingan feed Instagram ini dibuat lengkap dengan informasi yang menggambarkan urutan kejadian, rencana perjalanan acara, dan aturan yang berlaku

sepanjang acara. Melalui akun @desa_kemiren, pengguna Instagram bisa mendapatkan informasi lengkap dan jelas pada acara adat tersebut.

Cara penyajian konten sangatlah penting dalam memperoleh reaksi atau umpan balik yang baik dari para pengikut. Konten dengan gambar berkualitas tinggi yang secara efektif memanfaatkan kemampuan platform seperti Instagram cenderung menghasilkan tingkat interaksi yang cukup baik. Hal ini membuat para konten kreator, termasuk akun Instagram @desa_kemiren, menjadi dipercaya oleh masyarakat untuk menyampaikan informasi lebih lanjut tentang Desa Kemiren melalui konten yang mereka bagikan. Dengan demikian, konten-konten yang dibuat oleh akun tersebut memiliki potensi besar untuk memengaruhi persepsi dan tindakan masyarakat terkait Desa Kemiren.



Gambar 5. Unggahan Instagram @desa_kemiren
 Sumber: https://www.instagram.com/desa_kemiren/

6. Strategi Konten Visual Instagram Desa Kemiren

Desa Kemiren telah berhasil memanfaatkan Instagram sebagai platform untuk mempromosikan keindahan dan kekayaan budaya yang dimilikinya. Berikut beberapa strategi konten visual yang secara umum mereka gunakan:

- 1) Menonjolkan Keunikan Budaya Osing:
 - a. Rumah Adat Osing: Foto-foto rumah adat Osing dengan arsitektur unik dan detail yang khas menjadi daya tarik utama.
 - b. Tarian Tradisional: Video tarian tradisional Osing yang energik dan penuh warna ditampilkan untuk memperkenalkan kekayaan budaya lokal.
 - c. Busana Adat: foto-foto warga desa yang mengenakan busana adat Osing dalam berbagai acara adat semakin memperkaya

- visual Instagram mereka.
- 2) Menampilkan Keindahan Alam:
 - a. Pemandangan Sawah: Foto-foto sawah terasering yang hijau dan asri menjadi latar belakang yang indah untuk berbagai aktivitas.
 - b. Sungai dan Pantai: Foto-foto sungai atau pantai di sekitar desa juga diunggah untuk menunjukkan keindahan alam Desa Kemiren.
 - 3) Menghadirkan Aktivitas Wisata:
 - a. Event Budaya: Foto dan video kegiatan budaya seperti festival, upacara adat, atau lomba tradisional dibagikan untuk menarik minat wisatawan.
 - b. Wisata Kuliner: Foto-foto makanan khas Desa Kemiren yang mengunggah selera ditampilkan untuk mempromosikan wisata kuliner.
 - c. Homestay: Foto-foto interior homestay yang nyaman dan unik dapat menarik minat wisatawan untuk .
 - 4) Menggunakan Hashtag yang Relevan:
 - a. Hashtag Lokal: Menggunakan hashtag seperti #desakemiren, #osing, #banyuwangi, #wisatabanyuwangi untuk menjangkau audiens local dan wisatawan yang tertarik dengan daerah tersebut.
 - b. Hashtag Umum: Menggunakan hashtag yang lebih umum seperti #exploreindonesia, #desawisata, #budayaindonesia, untuk memperluas jangkauan.
 - 5) Membuat Konten Interaktif:
 - a. Quiz: Membuat kuis tentang budaya Osing atau destinasi wisata di Desa Kemiren untuk meningkatkan engagement.
 - b. Polls: Melakukan polling untuk mengetahui minat pengikut terhadap konten yang akan dibagikan.
 - c. Stories: Mengguakan fitur Instagram Stories untuk berbagi momen-momen menarik di balik layar atau kegiatan sehari-hari di desa.
- Memposting konten secara konsisten juga dilakukan untuk menjaga engagement pengikut.
- 6) Kolaborasi dengan Influencer:
 - a. Mengundang influencer untuk berkunjung ke Desa Kemiren dan membuat konten promosi.
 - b. Melakukan giveaway Bersama influencer untuk meningkatkan jangkauan.
 7. Bentuk Citra yang Dibangun
 - 1) Desa dengan adat yang otentik dan unik, akun @desa_kemiren menonjolkan berbagai aspek budaya & tradisi Osing yang unik dan otentik. Hal ini terlihat dari foto-foto rumah adat, pakaian adat, tarian tradisional, dan ritual adat yang ditampilkan.
 - 2) Destinasi wisata yang ramah dan bersahabat, akun @desa_kemiren menunjukkan keramahan dan kehangatan masyarakat Desa Kemiren dalam menyambut wisatawan. Hal ini terlihat dari foto-foto wisatawan yang berinteraksi dengan masyarakat local, mengikuti kegiatan desa, dan menikmati suasana desa yang asri.
 - 3) Destinasi yang indah dan menawan, akun @desa_kemiren menyajikan keindahan alam dan pemandangan desa yang menawan. Hal ini terlihat dari foto-foto sawah hijau, gunung yang menjulang tinggi, dan sungai yang jernih.
 - 4) Destinasi wisata yang edukatif dan inspiratif, aku @desa_kemiren memberikan edukasi dan inspirasi tentang budaya dan tradisi Osing. Hal ini terlihat dari video-video yang menjelaskan tentang sejarah desa, makna ritual adat, dan kearifan local masyarakat Osing.
 8. Prestasi Oleh Desa Kemiren

Desa Kemiren telah meraih beberapa prestasi yang membanggakan, terutama dalam bidang pariwisata. Beberapa prestasi yang paling menonjol antara lain:

 - 1) Juara III Kategori Desa Wisata Maju. Pada tahun 2019, Desa Kemiren berhasil meraih juara III dalam ajang Lomba Desa Wisata Nusantara yang diselenggarakan oleh Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi. Penghargaan ini membuktikan bahwa Desa Kemiren telah berhasil mengembangkan potensi wisatanya dengan baik.
 - 2) Juara 1 Kategori Daya Tarik Wisata Budaya. Selain itu, pada tahun yang sama, Desa Kemiren juga dinobatkan sebagai juara 1 kategori Daya Tarik Wisata Budaya dalam ajang Anugerah Wisata Tahun Jawa Timur 2019. Penghargaan ini semakin mengukuhkan posisi Desa Kemiren sebagai salah satu destinasi wisata budaya yang menarik di Jawa Timur.
 - 3) Desa Terbaik ADWI 2024. Prestasi tertinggi yang pernah diraih Desa Kemiren adalah predikat sebagai desa terbaik dalam ajang Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) 2024.

Penghargaan ini diberikan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, setelah melalui proses seleksi yang sangat ketat. Prestasi ini menunjukkan bahwa Desa Kemiren telah menjadi contoh bagi desa wisata lainnya di Indonesia dalam hal pengembangan potensi wisata yang berkelanjutan.

KESIMPULAN

Hasil penelitian dan analisis yang diperoleh dari akun Instagram @desa_kemiren mengarah pada beberapa kesimpulan terkait dengan tujuan penulis dalam penulisan ini. Penelitian ini menawarkan pemahaman mendalam tentang proses pembuatan konten yang dirancang khusus untuk teknik dan metode komunikasi yang digunakan pada platform media sosial yang terus berkembang yakni, Instagram. Pendekatan komunikasi yang digunakan akun Instagram @desa_kemiren telah menunjukkan keampuannya dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan, dengan fokus utama pada desain dan kualitas konten yang menarik. Bentuk komunikasi yang digunakan, baik verbal maupun nonverbal memberikan kemudahan bagi pengikut akun dalam memahami informasi secara lebih mendetail.

Dari paparan beberapa pengikut, dapat disimpulkan bahwa kelebihan dari konten visual Instagram @desa_kemiren adalah konsep desain yang menarik dan unik dengan sentuhan khas budayanya, sehingga mampu menarik perhatian pengguna Instagram lainnya. Namun, terdapat kekurangan dalam beberapa postingan yang minim penjelasan dalam caption, sehingga menyebabkan pengguna lain kurang memahami maksud dari konten tersebut. Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai platform untuk menyebarkan informasi tentang destinasi atau wisata Desa Kemiren berhasil membangun citra Desa Kemiren sebagai destinasi wisata dengan fokus pada aspek budaya. Hal ini terlihat dari profil akun Instagram @desa_kemiren yang banyak menampilkan konten mengenai adat, destinasi wisata, tradisi, serta kuliner khas desa tersebut.

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat, rahmat, karunia, dan mukjizat-Nya yang telah memudahkan penyelesaian penelitian ini. Penulis juga ingin mengungkapkan penghargaan yang dalam kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi dan dukungan selama proses penelitian ini. Pertama-tama, terima kasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua penulis atas dukungan, doa, dan semangat yang tak pernah surut dalam setiap langkah penulis. Kedua, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Bapak M. Andi Fikri, selaku dosen pembimbing atas kesabaran, waktu, tenaga, dan pikiran serta perhatian yang diberikan selama proses penulisan penelitian ini. Akhir kata, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pacar dan teman-teman yang juga memberikan dukungan serta arahan selama proses penyelesaian penelitian. Penulis mengucapkan terimakasih atas segala kontribusi dan dukungan yang diberikan karena sangat berarti dalam penyelesaian penelitian ini.

REFERENSI

- Anggreani, M. D. (2020). Strategi Lembaga Adat Dalam Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Pengembangan Pariwisata Di Desa Adat Osing Kemiren. *Jurnal Pemerintahan Dan Kebijakan (JPK)*.
- Bagus Prayogi, A. W. R. (2021). Preservasi Budaya Osing Melalui Internalisasi Budaya Berbasis Sekolah Adat Sebagai Bentuk Pengabdian Masyarakat. *Journal Of Education And Teaching Learning (JETL)*, 3(2), 44–59. <https://doi.org/10.51178/jetl.v3i2.214>
- Bastari, R. P., Aditia, P., & Putra, I. D. A. (2020). Substansi Makna Pada Seni Komoditas: Kajian Semiotika Pada Karya Kaws X Uniqlo Tahun 2019. *Demandia*, 05(02), 281–301. <https://doi.org/10.25124/demandia.v>
- Husnayaeni, D. A., & Tunggal, A. P. P. W. (2023). Analisis Konten Visual Post Instagram @Lensamu dalam Dakwah Islam Tengahan (Wasathiyah). *Jurnal Audiens*, 3(4), 301–317. <https://doi.org/10.18196/jas.v3i4.17958>
- Lubis, Y. S. R., & Rorong, M. J. (2023). Membangun Citra Pariwisata Kota Batam Melalui Analisis Konten Instagram @Batampromotion. *SCIENTIA JOURNAL : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(5). <https://doi.org/10.33884/scientiajournal.v5i5.7559>
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>
- Marsono. (2019). *Agro Dan Desa Wisata : Profil Desa*

Wisata Di Daerah Istimewa Yogyakarta dan Jawa Tengah. Gadjah Mada University Press. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://Www.Researchgate.Net/Publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

- Martajaya, I. G. A. I. V., & Sari, I. K. (2021). Analisis Virtual Maps Dalam Pengembangan Pariwisata Denpasar di Era Society 5.0 (Virtual Map Analysis in Denpasar Tourism Development in the Era. *Seminar Nasional Desain, 1*, 1–7. <http://eproceeding.isi-dps.ac.id/index.php/sandi-dkv/article/view/124>
- Ratnasari, P. (2017). Musik Gedogan Di Desa Kemiren Kabupaten Banyuwangi (Tinjauan Sejarah Dan Perkembangan). *Solah*.
- Sitepu, E., & Sabrin. (2020). Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Meningkatkan Minat Berwisata Di Sumatera Utara. *Agustus, 9*, 28–44.
- Sovira, M. Della. (2021). Analisis Visual Konten Instagram @Kopijanjiwiwa Edisi Kolaborasi Joox Sebagai Media Promosi (Kajian Semiotika). *BARIK - Jurnal S1 Desain Komunikasi Visual*.

Conflict of Interest Statement: The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest. Copyright © Alifiah Nurahma dan M. Andi Fikri. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution

License (CC BY). The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.