

## **PEMASARAN EKOWISATA WAY LALAAAN MELALUI KONSEP *STORYNOMIC TOURISM* SEBAGAI STRATEGI PELESTARIAN BUDAYA DAN SEJARAH**

(Marketing of Ecotourism in Way Lalaan Through The Storynomic Tourism Concept as A Culture and Historic Preservation Strategy)

MEYLIANA ASTRIYANTIKA

*Politeknik Negeri Lampung, Bandar Lampung, Indonesia, 35141*

\*Email: [mevlianaastri@gmail.com](mailto:mevlianaastri@gmail.com)

**Diterima 25 November 2021 / Disetujui 28 Februari 2022**

### **ABSTRACT**

*The current concept of ecotourism as the implementation of types of tourism activities by preserving resources, is added with various object interpretation techniques so that visitors gain knowledge, understanding, and awareness of the importance of preserving attractiveness. The advantages of the tourism, culture, and agriculture sectors have the potential to be managed in collaboration with the ecotourism concept in one of the priority destinations of Tanggamus Regency which is well known to the general public, namely Way Lalaan Waterfall. The research was conducted in June-September in Tanggamus Regency using field observations, in-depth interviews and literature studies. Furthermore, the data analysis used in this study is a qualitative descriptive analysis. From existing data, the number of visits within a period of 4 years (2016-2019) has increased but is still far below the target, especially with the Covid-19 outbreak affecting tourist interest in visiting, so a strategy is needed to increase the demand for visits to Way Lalaan. This area has been known since the days of the kingdom, created beliefs, history and culture that has been passed down from generation to generation by the local community, and has become the main attraction for this destination. Excellent potential in the form of 2 waterfalls that never stop flowing because they are also a source of irrigation for the community from springs in the Tanggamus mountains. All of this potential is able to become material to be conveyed to tourists through Storynomic Tourism to increase tourist interest with unique destination content through traditional stories, traditions, culinary, and culture. Marketing is carried out extensively by utilizing print media, electronic media, exhibition activities, influencer services, and documentary filmmaking activities to introduce to the wider community online.*

*Keywords: Ecotourism, Storynomic Tourism, Way Lalaan*

### **ABSTRAK**

*Konsep ekowisata saat sebagai implementasi jenis kegiatan wisata dengan menjaga kelestarian sumber daya, ditambahkan dengan berbagai teknik interpretasi objek sehingga pengunjung mendapat pengetahuan, pemahaman, dan kesadaran akan pentingnya kelestarian daya tarik. Keunggulan sector pariwisata, budaya, dan pertanian menjadi potensi untuk dikelola secara kolaborasi dengan konsep ekowisata di salah satu destinasi prioritas Kabupaten Tanggamus yang sudah cukup dikenal masyarakat umum yaitu Air Terjun Way Lalaan. Penelitian dilakukan pada bulan Juni-September di Kabupaten Tanggamus dengan metode observasi lapang, wawancara mendalam dan studi literatur. Selanjutnya analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif. Dari data yang ada, jumlah kunjungan dalam kurun waktu 4 tahun (2016-2019) mengalami peningkatan namun masih jauh di bawah target, terlebih dengan adanya wabah covid-19 yang mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung, sehingga dibutuhkan strategi untuk meningkatkan permintaan kunjungan ke Way Lalaan. Kawasan ini telah dikenal sejak zaman kerajaan, menciptakan kepercayaan, sejarah dan budaya turun-temurun yang dijaga oleh masyarakat sekitar, lalu menjadi daya tarik sendiri bagi destinasi ini. Potensi unggulan berupa 2 buah air terjun yang tidak pernah berhenti mengalir karena sekaligus sebagai sumber irigasi masyarakat dari mata air di pegunungan Tanggamus. Keseluruhan potensi ini mampu menjadi materi untuk disampaikan kepada wisatawan melalui Storynomic Tourism untuk meningkatkan minat wisatawan dengan keunikan konten destinasi melalui cerita adat, tradisi, kuliner, dan budaya. Pemasaran yang dilakukan secara luas dengan memanfaatkan media cetak, media elektronik, kegiatan pameran, jasa influencer, serta kegiatan pembuatan film documenter untuk memperkenalkan kepada masyarakat luas secara online.*

*Kata kunci: Ekowisata, Storynomic Tourism, Way Lalaan.*

### **PENDAHULUAN**

Keunggulan sector pariwisata dan pertanian menjadi potensi untuk dikelola secara kolaborasi dengan konsep ekowisata di salah satu destinasi prioritas Kabupaten Tanggamus yang sudah cukup dikenal masyarakat umum yaitu Air Terjun Way Lalaan. Air terjun ini telah dikenal sejak tahun 1937 yaitu pada zaman pemerintahan kolonial Belanda yang telah membuat tangga semen menuju lembah air terjun. Sejak berdirinya Obyek Wisata Air Terjun Way Lalaan, diharapkan dapat memberikan peluang lapangan pekerjaan masyarakat setempat serta pendapatan dari obyek wisata ini dapat memberikan sumbangan bagi peningkatan pendapatan masyarakat sekitar khususnya.

Upaya pengembangan tata Kelola destinasi ini telah dilakukan oleh Dinas Pariwisata Tanggamus dengan penambahan sarana prasarana dan pengelolaan ke arah ekowisata dengan pemanfaatan potensi sekitar. Dari data yang

ada, jumlah kunjungan dalam kurun waktu 4 tahun (2016-2019) mengalami peningkatan namun masih jauh di bawah target. Sehingga dibutuhkan strategi untuk menarik minat calon wisatawan agar mau datang ke Way Lalaan.

Teknik *branding* atau promosi destinasi wisata yang saat ini sedang digalakkan ialah *storynomic tourism* yang diharapkan mampu menciptakan isi narasi dengan memperkenalkan keunggulan destinasi dari berbagai sudut antara lain, keunikan potensi daya Tarik dan cerita rakyat yang mampu memasarkan kepada masyarakat umum. Dalam menerapkan *storynomic tourism* dibutuhkan pelibatan komunitas ataupun wisatawan yang dapat menceritakan pengalamannya selama menikmati suatu destinasi wisata, termasuk melibatkan publik figur yang dinilai berpengaruh untuk ikut memberi testimoni atas suatu destinasi wisata. Kontribusi cerita rakyat terhadap branding dan produksi budaya tidak bersifat sepihak, karena branding dan budaya pop yang memanfaatkannya pada saat yang sama juga membantu cerita rakyat tersebut menjadi lestari. Terdapat hubungan simbiosis mutualisme antara cerita rakyat dengan kehidupan sosial budaya dan ekonomi yang memanfaatkannya (Hasan 2004).

Selama ini, meskipun pengelola telah melakukan berbagai upaya untuk mempromosikan ekowisata Way Lalaan, yang ditandai dengan mengembangkan sarana prasarana dan fasilitas penunjang lainnya, permintaan kunjungan masih diharapkan semakin tinggi. Namun selain dengan kuantitas kunjungan, kualitasnya pun menjadi perhatian khusus (Pitana 2009). Dimana setiap wisatawan yang datang diharapkan mendapat pemahaman tentang destinasi dan kesadaran mengenai betapa pentingnya keseluruhan potensi di Ekowisata Way Lalaan. Hal ini juga menjadi capaian dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan yang saat ini gencar dikembangkan oleh seluruh elemen pelaku wisata. Penentuan isi narasi *storynomic tourism* merupakan salah satu alternative peningkatan permintaan kunjungan yang dapat membantu mengatasi masalah tersebut. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Mengidentifikasi pola pemasaran yang telah dilakukan di Way Lalaan.
2. Menganalisis potensi ekowisata Way Lalaan sebagai konten *storynomic tourism*.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian akan dilakukan selama 6 bulan pada Juni-Desember 2021 di Ekowisata Way Lalaan yang berada di Kecamatan Kota Agung Timur, Kabupaten Tanggamus, Provinsi Lampung. Dipilih sebagai lokasi penelitian berdasarkan atas pertimbangan kualitas budaya dan ekologi sebagai daya tarik wisata yang potensial untuk dikaji dan dikembangkan sebagai basis pemberdayaan masyarakat serta sumber pendapatan local dan media promosi keunggulan daerah. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari tiga bagian:

1. Observasi

Observasi dilakukan untuk mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang ada pada objek penelitian (Tika, 2005).

2. Wawancara mendalam (*in-depth interview*)

Dilakukan kepada para informan untuk permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya (Sugiyono, 2018).

3. Studi Literatur

Bersumber dari buku, jurnal ilmiah, dokumen kebijakan pemerintah, serta yang bersumber dari media *online* (internet) seperti *website* resmi pemerintah, lembaga data statistik, lembaga pendidikan dan penelitian, berita, maupun akses terhadap jurnal dalam negeri & luar negeri.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif digunakan untuk mengidentifikasi pendapat-pendapat para ahli atau lembaga dari berbagai sumber terkait komponen-komponen pendukung pengembangan Ekowisata Way Lalaan. Data dari sumber primer dan sekunder tersebut dijabarkan, selanjutnya ditarik kesimpulan sebagai temuan dari penelitian yang dilakukan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Obyek Wisata Air Terjun Way Lalaan yang berada di Pekon Kampung Baru Kecamatan Kota Agung Timur Kabupaten Tanggamus dengan luas 1.700 ha. Pekon Kampung Baru ini terdiri dari 6 dusun yaitu Kampung Baru, Cibodas, Tulung Gistang, Tanjung Jati, Suka Baru dan Way Kandis. Berdasarkan letak administratifnya Pekon Kampung Baru berbatasan dengan:

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Pekon Batu Kramat.
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Pekon Umbul Buah.
- c. Sebelah Timur berbatasan dengan Pekon Mulang Maya.
- d. Sebelah Barat berbatasan dengan Pekon Umbul Buah

Air Terjun Way Lalaan merupakan salah satu obyek wisata di Provinsi Lampung yang terletak di kaki Gunung Tanggamus dan merupakan air terjun bertingkat dengan jarak satu sama lainnya lebih kurang 200 m. Air terjun ini berasal dari aliran Way (yang artinya sungai dalam Bahasa Lampung) Lalaan yang bermuara ke Teluk Semangka.

Tumpahan air terjun memiliki ketinggian 11m. Jarak menuju Obyek Wisata Air Terjun Way Lalaan hanya 8 km dari Kota Agung atau 80 km (1,5 jam) dari Kota Bandar Lampung.

Lokasi Obyek Wisata Air Terjun Way Lalaan yang berada di tepi jalan raya karena terletak di jalan lintas Barat Sumatera sehingga cukup strategis dan memudahkan wisatawan untuk menemukan lokasinya. Bagi wisatawan yang akan berkunjung ke Obyek Wisata Air Terjun Way Lalaan dapat menggunakan jasa kendaraan umum yaitu bus yang berasal dari Terminal Raja Basa Bandar Lampung menuju Kota Agung ibukota Kabupaten Tanggamus. Namun, banyak wisatawan yang lebih memilih menggunakan kendaraan pribadi yang lebih praktis dan cepat sampai tujuan.

Pada saat ini pengelolaan Air Terjun Way Lalaan dikembangkan ke konsep ekowisata karena didukung dengan daerah sekitar yang menjadi lahan pertanian masyarakat setempat, baik perikanan, peternakan, perkebunan, bahkan area persawahan yang secara aktif masih dikelola dengan baik. Beberapa contoh tanaman yang dapat dijumpai dengan mudah antara lain durian, manggis, duku, dan alpukat yang saat ini sedang dikembangkan. Berdasarkan informasi dari Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus, jenis tanaman untuk kegiatan ekowisata ini akan terus dikembangkan bersamaan dengan sector lainnya dalam lingkup pertanian secara luas.



Gambar 1. Air Terjun Way Lalaan 1 dan 2

Ekowisata Way Lalaan telah ditetapkan oleh pemerintah Kabupaten Tanggamus sebagai salah satu destinasi unggulan, hal ini sangat didukung dengan pengembangan tata kelola, pembangunan sarana prasarana dan strategi promosi yang dilakukan. Upaya besar dalam beberapa tahun terakhir yaitu pembangunan sarana dan prasarana wisata untuk menciptakan kenyamanan kunjungan sehingga meningkatkan kepuasan wisatawan, hal ini tentu saja berdampak positif terhadap kesan dan permintaan untuk datang ke lokasi tersebut. Jika sebelumnya sarana prasarana di lokasi ini masih terbatas, atau bahkan minimnya perawatan terhadap bangunan atau fasilitas lainnya, namun pada tahun 2021 sudah terlihat cukup banyak bangunan baru yang dibangun untuk memperindah lokasi, menciptakan kenyamanan wisatawan, bahkan menambah titik pengambil gambar yang dianggap menarik bagi wisatawan.

Adapun sarana prasarana tersebut sebagai berikut (*Sumber: Peneliti, 2021*):



Gambar 2. Pintu masuk dan parkir



Gambar 3. Spot foto

Sarana dan prasarana lainnya juga dikembangkan dengan baik seperti balairung, pusat souvenir, kedai makanan dan minuman, taman, kolam spot foto *underwater*, *signage* Way Lalaan, panggung terbuka, *Tourist Information Centre*, dan lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara, diperoleh data bahwa strategi promosi dan pemasaran yang telah dilakukan melalui beberapa hal berikut:

Tabel 1 Strategi Promosi dan Pemasaran di lokasi kajian

| No | Kriteria               | Aplikatif                                    |
|----|------------------------|--|
| 1  | Media Cetak            | Brosur wisata Way Lalaan                     |
| 2  | Media Elektronik       | Instagram, Youtube, Film Dokumenter          |
| 3  | Pemasaran Langsung     | Pameran, Presentasi promosi, peran Pokdarwis |
| 4  | Jasa Pihak Berkompeten | <i>Influencer</i>                            |

Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) juga berperan penting dalam melakukan kontribusi terhadap pengembangan pariwisata agar terciptanya Sapta Pesona suatu destinasi wisata setempat yang memiliki unsur keamanan, tertib, bersih, ramah, indah, sejuk dan kenangan. Kabupaten Tanggamus tercatat memiliki 9 Pokdarwis, salah satunya Pokdarwis yang ada di kawasan Way Lalaan. Air Terjun Way Lalaan juga memiliki hubungan kerjasama dengan masyarakat setempat dalam mengembangkan sektor wisata Way Lalaan, selain itu tujuan Pokdarwis ini agar Dinas Pariwisata Tanggamus dapat menjangkau wisatawan dengan masif dari bantuan masyarakat baik dari segi promosi, jual beli sektor UMKM seperti makanan khas, olahan hasil bumi, berbagai produk karya tangan dan seni khas Kabupaten Tanggamus serta kegiatan kemasyarakatan dengan unsur budaya setempat.

Konsep *storynomic tourism* diakui oleh pendiri *Singapore Guide Book (SGB)*, platform digital pariwisata Singapura, Tatiana Gromenko sebagai ide yang brilian untuk pengembangan industri pariwisata di Singapura maupun Indonesia. Menurutnya, kedua negara sama-sama memiliki konten-konten yang menarik terkait tempat wisatanya sehingga perlu dinarasikan dengan kreatif dan memikat. *Storynomic tourism* digunakan untuk meningkatkan minat wisatawan yang tertarik dengan cerita adat, tradisi, kuliner, dan budaya destinasi wisata tersebut. Upaya untuk mendukung konsep ini antara lain dibantu dengan adanya kependamuan wisata, *influencers*, maupun disediakannya fasilitas berisi *sign/barcode* yang menampilkan informasi destinasi. Konsep pendekatan *storynomic tourism* yang mengedepankan narasi, konten kreatif, dan suasana budaya (*living culture*) diyakini dapat mempercepat pembangunan industri pariwisata di era digital saat ini. Tidak hanya menikmati keindahan alam, konsep ini juga diharapkan mampu membuat wisatawan mengetahui cerita di balik destinasi yang dikunjungi sehingga berdampak pada perilaku wisatawan:

- ✓ Berkunjung lebih lama
- ✓ Eksplorasi daerah wisata yang maksimal
- ✓ Memperoleh pengetahuan dan pengalaman baru
- ✓ Memberikan testimoni atau rekomendasi kepada orang lain.

Narasi *storynomic tourism* yang dapat disajikan untuk menarik minat wisatawan dan mengisi keunikan cerita ekowisata Way Lalaan ialah terkait sejarah lokasi, kearifan local, serta mitos yang terkandung di area tersebut. Secara harafiah nama **Way Lalaan** yang diambil dari bahasa Lampung; *way* berarti air atau sungai, Lalaan berasal dari kata *Lala* yang artinya pedas, sehingga *Way Lalaan* itu memiliki arti “*air atau sungai pedas*“. Ada kisah yang cukup menarik dengan penamaan air terjun ini. Way dalam bahasa Lampung berarti Air/Sungai. Konon penamaan Way Lalaan sendiri untuk menyeimbangkan nama air terjun yang terletak di sebelah selatan **Air Terjun Way Lalaan** yakni **Air Terjun Way Kandis**. Jika *Way* berarti Air/Sungai, maka *kandis* dalam bahasa Lampung berarti asam atau kecut.

Adapun mitos yang terdapat di kawasan Ekowisata Way Lalaan antara lain:

#### 1. Mitos Air Mata Bidadari Air Terjun Way Lalaan

Air yang keluar dari celah-celah dinding bebatuan di Air Terjun Way Lalaan ini dipercaya sebagai air mata bidadari. Air yang keluar masih jernih seperti mata air pada umumnya. Konon, jika orang mandi maupun membasuh muka dengan air mata bidadari itu maka orang tersebut akan bertambah aura kecantikan atau ketampanannya, selain itu juga air mata bidadari dipercaya dapat membuat awet muda. Lagi-lagi ini hanyalah mitos semata, terlepas dari benar atau tidaknya.

#### 2. Mitos Pohon Cinta Air Terjun Way Lalaan

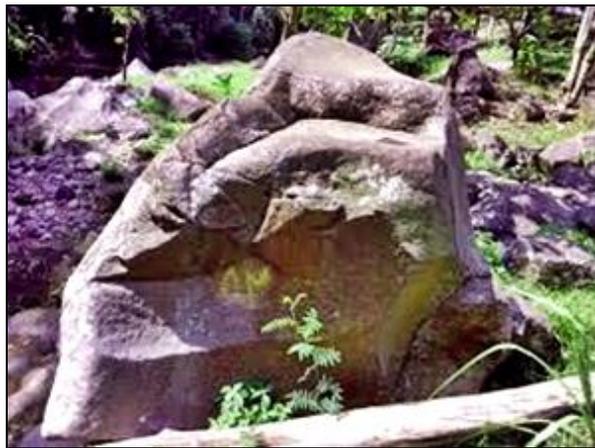
Masyarakat sekitar mengenalnya dengan sebutan Pohon Kerencing, namun orang-orang lebih mengenalnya dengan sebutan Pohon Cinta. Posisi pohon ini berada di tangga teratas saat kita menuruni mata tangga menuju Air Terjun Way Lalaan I, sehingga dapat dipastikan semua wisatawan pasti mudah untuk menjangkaunya karena berada di jalur utama. Konon jika ada sepasang kekasih yang mengucapkan janji sehidup-semati di bawah pohon cinta, maka hubungan cinta mereka akan langgeng. Ini hanyalah mitos semata yang berkembang di masyarakat, namun banyak pengunjung yang duduk di pohon ini saat akhir pekan.



Gambar 4. Pohon Cinta Way Lalaan

### 3. *Mitos Batu Bertapa Air Terjun Way Lalaan*

Jika dilihat sekilas bentuk batu ini menyerupai tempat duduk untuk bertapa, dan konon menurut cerita masyarakat setempat bahwa pada zaman dahulu batu ini digunakan untuk bertapa oleh para leluhur dan keluarga kerajaan. Batu ini terletak tak jauh dari Air Terjun Way Lalaan. Biasanya batu ini digunakan untuk tempat duduk oleh wisatawan yang datang berkunjung. Di sekitar air terjun Way Lalaan dapat ditemukan beberapa batu ukuran besar yang mudah untuk diakses wisatawan sebagai tempat duduk atau meletakkan barang bawaan.



Gambar 5. Batu bertapa Way Lalaan

## SIMPULAN

Pola pemasaran yang dilakukan pihak pengelola Ekowisata Way Lalaan telah diupayakan secara luas melalui media cetak (brosur wisata Way Lalaan), media elektronik (*youtube*: Majestic Tanggamus), kegiatan pameran (daerah maupun nasional), maupun menggunakan jasa para pihak yang berkompeten di bidang promosi (*influencer*) melalui kegiatan pembuatan film dokumenter untuk memperkenalkan kepada masyarakat luas secara *online* agar dapat dijangkau kapanpun dan dimanapun.

Panduan isi *storynomic tourism* Ekowisata Way Lalaan disusun dengan narasi berupa gambaran umum kawasan, potensi unggulan, sarana prasarana, sejarah dan cerita rakyat yang masih dipercaya oleh masyarakat setempat sebagai daya Tarik antara lain mitos ditemukannya Way Lalaan, mitos Air Mata Bidadari, mitos Pohon Cinta, mitos Batu Bertapa, serta kearifan local masyarakat sekitar Way Lalaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abu bakar, A. M. & Ilkan, M. 2015. Impact of Online WOM on Destination Trust and Intention to Travel : A Medical Tourism Perspective. *Journal of Destination Marketing and Management*. Volume 5, Issue 3, Pages 192–201
- Buchari Alma, , 2004, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Edisi Revisi, Bandung: Penerbit CV. Alfabeta.

- BPS Kabupaten Tanggamus. 2016. Statistik Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Tanggamus (2016-2019).
- Hasan, F. 2004. Pembangunan Berwawasan Budaya. Jakarta: Departemen Kebudayaan dan Pariwisata.
- Pitana, I Gde. 2002. Pariwisata, Wahana Pelestarian Kebudayaan dan Dinamika Masyarakat Bali. Denpasar Bali: Universitas Udayana.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tika, P. 2005. Metode Penelitian Geografi. Jakarta: PT. Bumi Pustaka