

**STRATEGI PENGELOLAAN DIGITAL TOURISM PADA WISATA AIR TERJUN DLUNDUNG
TRAWAS MOJOKERTO*****DIGITAL TOURISM MANAGEMENT STRATEGY FOR THE DLUNDUNG TRAWAS WATERFALL TOURIST
ATTRACTION IN MOJOKERTO***

**Tiara Devita Permatasari^{1*}, Nadiva Nurfaizah², Bunga Aurelia P.S.³, Zahwa Tri Handini⁴, Della
Jinianto Putri⁵**

1,2,3,4,5 Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

*Email Correspondence: tiaradevita30@gmail.com

Diterima: 11-05-2026 | **Direvisi** 21-05-2026 | **Publikasi:** 29-05-2026

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengelolaan digital tourism pada Wisata Air Terjun Dlundung, Trawas, Mojokerto, serta mengkaji persepsi wisatawan terhadap pengelolaan destinasi dan pemanfaatan media digital dalam promosi wisata. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik observasi lapangan, wawancara mendalam, dokumentasi, dan analisis konten media sosial Instagram. Informan penelitian terdiri atas pengelola destinasi dan lima wisatawan yang berkunjung ke Air Terjun Dlundung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi digital yang diterapkan melalui media sosial, khususnya Instagram dan TikTok, berperan penting dalam meningkatkan eksposur destinasi dan membangun citra positif wisata. Analisis komentar Instagram menunjukkan dominasi respons persuasif dan positif dari audiens yang mencerminkan kepuasan wisatawan terhadap keindahan alam, kenyamanan, dan kebersihan kawasan wisata. Selain promosi digital, strategi word of mouth juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan. Dari perspektif wisatawan, faktor utama yang membentuk persepsi positif terhadap destinasi meliputi suasana yang sejuk, lingkungan yang bersih, fasilitas yang memadai, serta kemudahan akses menuju lokasi. Meskipun demikian, masih ditemukan beberapa kendala, seperti kebutuhan peningkatan fasilitas umum dan pengelolaan kenyamanan lingkungan wisata. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengelolaan destinasi yang terintegrasi dengan strategi digital tourism mampu mendukung pembentukan citra positif dan meningkatkan daya saing Air Terjun Dlundung sebagai destinasi wisata alam yang berkelanjutan.

Kata kunci: *digital tourism, pengelolaan destinasi, media sosial, persepsi wisatawan, Air Terjun Dlundung.*

Abstract

This study aims to analyze the digital tourism management strategy implemented at Dlundung Waterfall Tourism Destination, Trawas, Mojokerto, and to examine tourists' perceptions of destination management and the utilization of digital media for tourism promotion. This research employed a qualitative descriptive approach through field observation, in-depth interviews, documentation, and Instagram content analysis. The informants consisted of destination managers and five tourists visiting Dlundung Waterfall. The findings indicate that digital promotion strategies through social media platforms, particularly Instagram and TikTok, play a significant role in increasing destination exposure and strengthening the positive image of the tourist attraction. Analysis of Instagram comments revealed that most audience responses were persuasive and positive, reflecting tourists' satisfaction with the natural scenery, comfort, and cleanliness of the destination. In addition to digital promotion, word-of-mouth communication was identified as an important factor influencing tourists' intention to visit. From the visitors' perspective, positive perceptions were mainly shaped by the cool atmosphere, clean environment, adequate facilities, and accessibility of the destination. However, several challenges remain, including the need to improve public facilities and enhance environmental management within the tourist area. This study concludes that destination management integrated with digital tourism strategies contributes to building a positive destination image and enhancing the competitiveness of Dlundung Waterfall as a sustainable nature-based tourism destination.

Keywords: *digital tourism, destination management, social media, tourist perception, Dlundung Waterfall.*

PENDAHULUAN

Air terjun merupakan salah satu objek wisata alam yang memiliki daya tarik berupa keindahan panorama, udara yang segar, dan aliran air yang jernih. Karakteristik tersebut menjadikan air terjun sebagai destinasi yang banyak dikunjungi wisatawan untuk berwisata dan menikmati keindahan alam (Ambarwati & Herlambang, 2023). Air Terjun Dlundung yang terletak di Kecamatan Trawas, Kabupaten Mojokerto merupakan salah satu destinasi wisata alam yang cukup dikenal di Jawa Timur. Kawasan ini menyuguhkan pemandangan alami yang memukau, udara segar, serta pengalaman ekowisata yang menarik bagi pengunjung. Berdasarkan hasil observasi di lapangan, kondisi lingkungan di sekitar air terjun masih tergolong baik, terlihat dari kualitas air yang jernih serta ekosistem yang relatif terjaga. Kondisi tersebut tidak terlepas dari adanya aktivitas pariwisata yang secara langsung melibatkan masyarakat sekitar, sehingga selain menjadi daya tarik wisata, kawasan ini juga memberikan berbagai manfaat ekonomi dan sosial bagi penduduk lokal maupun wilayah di sekitarnya (Mufida, 2025).

Namun demikian, di balik kondisi alam yang masih terjaga, terdapat beberapa permasalahan yang ditemukan di lapangan. Salah satunya adalah beberapa fasilitas umum seperti tempat sampah yang masih perlu ditambah lagi di setiap sudutnya. Kondisi ini juga diperkuat oleh penelitian lain yang menyebutkan bahwa faktor fasilitas dan kualitas pelayanan sangat mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung, sehingga pengelolaan yang kurang maksimal dapat berdampak pada kepuasan pengunjung.

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memperkenalkan suatu jasa, atau destinasi kepada masyarakat. Melalui promosi, wisatawan dapat memperoleh informasi yang lebih jelas mengenai layanan yang ditawarkan sehingga dapat menumbuhkan minat untuk mengunjunginya. Selain itu, promosi juga bertujuan untuk meningkatkan jumlah kunjungan dengan membangun ketertarikan dan kepercayaan masyarakat.

Strategi pengembangan seperti promosi digital dan pengelolaan atraksi wisata yang baik juga dapat meningkatkan daya tarik serta jumlah wisatawan. Oleh karena itu, kegiatan survei ini sangat penting untuk dilakukan sebagai upaya mengatasi permasalahan yang ada sekaligus mengoptimalkan potensi yang dimiliki. Secara teori, Wisata Air Terjun Dlundung sudah memenuhi 4 (empat) komponen utama wisata yaitu Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary Service, tetapi terdapat beberapa kekurangan destinasi wisata Air Terjun Dlundung (Tri Handoko, 2018).

Tujuan dari kegiatan survei ini adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dan pengunjung terhadap pentingnya menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan, serta mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam pengelolaan wisata. Manfaat yang diharapkan dari kegiatan ini adalah terciptanya lingkungan wisata yang lebih bersih dan nyaman, meningkatnya kualitas pelayanan wisata, serta bertambahnya peluang ekonomi bagi masyarakat sekitar. Selain itu, kegiatan ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pariwisata berkelanjutan dan pemberdayaan masyarakat berbasis lingkungan.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengelolaan destinasi wisata merupakan serangkaian proses perencanaan, pelaksanaan, pengorganisasian, dan pengawasan yang bertujuan untuk mengoptimalkan manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan secara berkelanjutan. Pada destinasi wisata alam, pengelolaan tidak hanya berorientasi pada penyediaan fasilitas, tetapi juga mencakup pelestarian lingkungan, peningkatan kualitas pelayanan, serta keterlibatan masyarakat dalam pengembangan kawasan wisata. Pengelolaan yang efektif mampu meningkatkan kepuasan wisatawan sekaligus menjaga keberlanjutan sumber daya alam sebagai daya tarik utama destinasi.

Perkembangan teknologi informasi mendorong lahirnya konsep digital *tourism*, yaitu pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan promosi, pemasaran, dan pelayanan wisata. Melalui berbagai platform digital, seperti website dan media sosial, informasi mengenai destinasi dapat disebarluaskan secara lebih cepat dan luas. Media sosial, khususnya Instagram dan TikTok, menjadi sarana yang efektif dalam membangun citra destinasi melalui konten visual yang menarik dan interaktif. Selain itu, promosi berbasis *electronic word of mouth (e-WOM)* turut berkontribusi dalam meningkatkan kepercayaan dan minat wisatawan untuk berkunjung.

Dalam konteks Air Terjun Dlundung, pemanfaatan media digital menjadi salah satu strategi penting untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik destinasi. Di sisi lain, persepsi wisatawan juga memegang peranan penting dalam menentukan keberhasilan suatu destinasi. Persepsi tersebut terbentuk dari pengalaman wisatawan terhadap aspek kebersihan, kenyamanan, aksesibilitas, keamanan, fasilitas, dan kualitas pelayanan. Hasil observasi menunjukkan bahwa wisatawan umumnya memberikan penilaian positif terhadap kondisi lingkungan, suasana yang sejuk, serta kemudahan akses menuju Air Terjun Dlundung, sehingga mendorong munculnya rekomendasi positif kepada calon pengunjung lainnya.

Pengelolaan destinasi dan digital *tourism* juga berkaitan erat dengan konsep pariwisata berkelanjutan yang menekankan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan. Penerapan prinsip-prinsip keberlanjutan diperlukan untuk menjaga kelestarian kawasan wisata alam sekaligus memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar. Dengan demikian, strategi pengelolaan yang terintegrasi dengan pemanfaatan teknologi digital dapat mendukung pengembangan destinasi secara berkelanjutan.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji aspek pengelolaan wisata, promosi digital, dan persepsi wisatawan. Ambarwati dan Herlambang (2023) menemukan bahwa pengelolaan kawasan wisata berbasis ekowisata berpengaruh terhadap peningkatan daya tarik destinasi. Mufida (2025) menunjukkan bahwa fasilitas, citra destinasi, dan persepsi harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Air Terjun Dlundung. Sementara itu, Wahyuningsih dkk. (2023) menyimpulkan bahwa media sosial efektif digunakan sebagai sarana promosi untuk meningkatkan eksposur destinasi wisata.

Meskipun demikian, penelitian yang mengintegrasikan aspek strategi pengelolaan destinasi, pemanfaatan digital *tourism*, dan persepsi wisatawan masih relatif terbatas. Sebagian besar penelitian terdahulu hanya berfokus pada salah satu aspek secara terpisah. Oleh karena itu, penelitian mengenai Strategi Pengelolaan Digital *Tourism* pada Wisata Air Terjun Dlundung Trawas Mojokerto dilakukan untuk mengkaji secara lebih komprehensif peran pengelolaan destinasi dan

pemanfaatan media digital dalam membentuk persepsi serta pengalaman wisatawan, sehingga dapat mendukung pengembangan destinasi secara berkelanjutan.

METODE

Observasi ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik observasi lapangan terstruktur. Observasi dilakukan di Air Terjun Dlundung, Kecamatan Trawas, Kabupaten Mojokerto pada 18 April 2026, oleh Sub Kelompok 2 dalam mata kuliah Komunikasi Pariwisata, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui tiga tahap, yaitu perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi. Keberhasilan kegiatan ini diukur melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk melihat perubahan kondisi lingkungan dan peningkatan kesadaran masyarakat. Monitoring dilakukan secara berkala dengan melihat kebersihan lingkungan dan mengamati kondisi di sekitar wisata. Diharapkan kegiatan ini dapat meningkatkan kualitas pengelolaan wisata serta memberikan manfaat jangka panjang bagi masyarakat sekitar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menganalisis respons audiens terhadap konten promosi digital terkait Wisata Air Terjun Dlundung yang diunggah melalui media sosial Instagram. Analisis dilakukan terhadap komentar pengguna dan fitur jajak pendapat (*polling*) yang terdapat pada unggahan. Data tersebut digunakan untuk mengidentifikasi unsur persuasif dan superlatif yang muncul dalam interaksi digital antara pengelola destinasi dan audiens.

Tabel I. Tabel Analisis Konten Postingan Instagram

Konten	Persuasif			Superlatif		
	Ya	Netral	Tidak	Ya	Netral	Tidak
Postingan 1	α			α		
Postingan 2		α			α	

Sumber: Instagram Dlundung



Gambar 1. Komentar Instagram

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengelolaan digital *tourism* pada Air Terjun Dlundung berkontribusi dalam membangun persepsi positif wisatawan melalui media sosial. Interaksi digital yang didominasi komentar persuasif dan penilaian positif dapat dimanfaatkan sebagai modal promosi berbasis pengalaman pengunjung (*user-generated content*). Namun, pengelola juga perlu memperhatikan kritik yang muncul sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas pengelolaan destinasi. Dengan demikian, digital *tourism* tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana memperoleh umpan balik guna mendukung pengembangan destinasi wisata yang berkelanjutan.

Perspektif pengelola : Keunikan, Strategi, dan Tantangan

Wawancara dengan Bapak Anwar Wisata Air Terjun Dlundung Trawas Mojokerto, menghasilkan temuan kunci yang disajikan pada Tabel 1.

Pertanyaan	Jawaban pengelola
Apa yang membuat destinasi ini unik dibanding tempat lain?	Keaslian alamnya tetap terjaga, debit air terjun yang stabil dari dulu, serta didukung pemandangan hutan pinus dan area perkemahan (<i>camping ground</i>).
Apa strategi utama dalam mempromosikan destinasi ini?	Mengandalkan promosi dari mulut ke mulut (<i>word of mouth</i>) dari pengunjung yang merasa puas, serta aktif menggunakan media sosial seperti Instagram dan TikTok.
Apakah destinasi ini bekerja sama dengan <i>influencer</i> /media dalam promosi?	Secara resmi pihak pengelola belum pernah melakukan kerja sama khusus/ <i>endorse</i> , namun banyak <i>content creator</i> atau TikTokers yang datang secara sukarela untuk membuat konten.
Seberapa efektif media sosial dalam meningkatkan reputasi destinasi ini?	Sangat efektif. Media sosial mempercepat penyebaran informasi dari satu orang ke orang lain, sehingga destinasi Dlundung semakin dikenal luas oleh masyarakat.
Apa tantangan utama dalam membangun reputasi destinasi ini?	Munculnya banyak destinasi wisata baru buatan manusia yang menjadi pesaing. Pengelola mengatasinya dengan meningkatkan promosi dan bekerja sama

	dengan pihak lokal seperti kafe (Jungle Cafe).
Bagaimana mengatasi ulasan negatif dari wisatawan?	Pengelola memantau media sosial untuk memberikan klarifikasi jika ada kesalahpahaman dan menjadikan ulasan negatif sebagai masukan berharga untuk membenahi fasilitas yang kurang.
Apakah ada program khusus untuk meningkatkan loyalitas wisatawan?	Program khusus secara teknis dikelola oleh manajemen bagian atas, namun pengelola terus berusaha menjaga kualitas fasilitas agar pengunjung merasa nyaman dan mau kembali lagi.

Tabel 1. Hasil Wawancara Pengelola Wisata Air Terjun Dlundung Trawas Mojokerto

Hasil wawancara dengan pengelola Air Terjun Dlundung menunjukkan bahwa daya tarik utama tempat ini adalah keasrian alamnya yang masih terjaga, debit air yang stabil, serta adanya hutan pinus dan area camping. Dalam hal promosi, pengelola lebih mengandalkan rekomendasi dari pengunjung (*word of mouth*) dan media sosial seperti Instagram dan TikTok. Walaupun belum bekerja sama secara resmi dengan influencer, banyak *content creator* yang datang sendiri untuk membuat konten, sehingga membantu memperkenalkan tempat ini ke lebih banyak orang.

Namun, pengelola juga menghadapi tantangan, seperti persaingan dengan tempat wisata baru yang lebih modern. Untuk mengatasinya, mereka meningkatkan promosi dan bekerja sama dengan pihak lokal. Ulasan negatif dari pengunjung juga ditanggapi dengan baik, yaitu dengan klarifikasi dan perbaikan fasilitas. Meskipun belum ada program khusus untuk membuat pengunjung lebih loyal, pengelola terus berusaha menjaga kenyamanan agar wisatawan mau datang kembali.



Gambar 1. Proses Wawancara Pengelola Air Terjun Dlundung

Persepsi dan Pengalaman Wisatawan

Wawancara dengan lima informan wisatawan menghasilkan data persepsi yang beragam namun memiliki pola konsisten. Data lengkap disajikan pada Tabel 2.

Pertanyaan	Informan 1 (Aza)	Informan 2 (Ain)	Informan 3 (Linda)	Informan 4 (Zubaidah)	Informan 5 (Zainal)
Apa alasan utama Anda memilih destinasi ini?	Sedang libur sekolah dan ingin mencari tempat dengan udara yang dingin/ sejuk.	Hanya ingin jalan-jalan (gabut) dan memanfaatkan waktu liburan.	Ingin mencari suasana baru selain di Surabaya dan menikmati liburan bersama rombongan.	Udaranya sejuk, pemandangan nya bagus, dan ingin melihat air terjun secara langsung.	Suasananya sejuk, air terjunnya bagus, lingkungannya bersih, dan lokasinya mudah dijangkau.
Bagaimana Kesan pertama Anda terhadap destinasi ini?	Terkejut karena ternyata tempatnya sangat ramai pengunjung. Ini adalah kunjungan pertama saya.	Tempatnya masih bagus, bahkan ada bangunan baru. Ini adalah kunjungan kedua saya.	Hawanya sangat sejuk dan air terjunnya terlihat bagus.	Sangat menyegarkan dan cocok untuk menyegarkan pikiran (refreshing). Selain itu, tempatnya tidak terlalu ramai.	Sangat positif dan menyenangkan. Saya merasa nyaman karena pengunjung diperbolehkan membawa makanan sendiri dari luar tanpa larangan.

Seberapa penting ulasan online dalam menentukan kunjungan Anda?	Sangat berpengaruh karena awalnya saya mencari di Google Maps untuk pergi ke air terjun.	Berpengaruh karena membantu saya untuk menemukan lokasi Dlundung melalui maps.	Tidak terlalu melihat online, kita datang karena rekomendasi langsung dari teman.	Sangat penting. Ulasan membantu untuk mengetahui kondisi jalan, lokasi parkir, serta kemudahan akses menuju lokasi.	Sangat penting. Ulasan di media sosial (seperti TikTok) menjadi bahan pertimbangan utama, terutama mengenai info tarif parkir atau harga tiket agar tidak merasa tertipu.
Apa yang membuat destinasi ini memiliki reputasi baik atau buruk?	Reputasinya baik karena tempatnya bersih. Sejauh ini belum menemukan hal yang buruk.	Tempatnya bersih dan tidak ada gangguan seperti sampah atau hewan liar. Ada hewan monyet tapi tidak mengganggu pengunjung.	Reputasi baik karena udaranya segar, jalannya tidak macet, dan pengelolaannya tidak ribet.	Faktor kebersihan, kelengkapan fasilitas (seperti banyaknya pilihan warung makan), adanya musholla, dan toilet yang bersih.	Reputasi baik karena tempatnya bersih dan nyaman. Namun, faktor seperti tarif parkir yang tidak wajar atau harga yang terlalu mahal bisa memberikan reputasi buruk.
Apakah Anda akan merekomendasikan tempat ini ke orang lain?	Iya, pasti akan merekomendasikan.	Iya, karena tempatnya sejuk, bagus, dan sangat layak dikunjungi.	Sangat merekomendasikan karena tempatnya menjanjikan kenyamanan.	Ya, akan merekomendasikan karena lokasinya tidak terlalu jauh dari Surabaya, mudah dijangkau, dan ramah untuk lansia.	Ya. Saya sangat merekomendasikan kepada teman dan keluarga secara langsung karena pengalaman kunjungan saya yang memuaskan.

Tabel 2. Hasil Wawancara 5 Informan Wisata Air Terjun Dlundung Trawas Mojokerto

Hasil wawancara dengan wisatawan di Air Terjun Dlundung menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung datang karena ingin menikmati suasana sejuk, pemandangan alam, serta mencari tempat untuk refreshing dari aktivitas sehari-hari. Kesan pertama yang dirasakan umumnya positif, seperti udara yang dingin, lingkungan yang masih asri, dan suasana yang nyaman, meskipun ada juga yang merasa tempat ini cukup ramai pada waktu tertentu. Selain itu, ulasan online dan media sosial terbukti cukup berpengaruh dalam menentukan keputusan berkunjung, terutama untuk mengetahui lokasi, akses, dan informasi biaya.

Dari segi reputasi, faktor kebersihan, kenyamanan, fasilitas, serta kemudahan akses menjadi alasan utama destinasi ini dinilai baik oleh wisatawan. Namun, beberapa hal seperti potensi biaya yang tidak sesuai ekspektasi dapat mempengaruhi penilaian negatif. Secara keseluruhan, semua informan menyatakan bersedia merekomendasikan tempat ini kepada orang lain karena pengalaman berkunjung yang memuaskan. Hal ini menunjukkan bahwa Air Terjun Dlundung memiliki citra positif dimata wisatawan, meskipun tetap perlu menjaga kualitas pelayanan dan fasilitas agar reputasi tersebut tetap terjaga.



Gambar 2. Proses Wawancara Informan Air Terjun Dlundung

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang saat ini banyak mendapat perhatian dari berbagai pihak. Secara umum, pariwisata mencakup berbagai kegiatan perjalanan wisata yang didukung oleh fasilitas dan layanan dari berbagai pihak, seperti masyarakat, pelaku usaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Adanya potensi wisata yang unik dan menarik di suatu daerah seharusnya dapat dimanfaatkan secara optimal melalui pengembangan sektor pariwisata yang terencana dan berkelanjutan (Khotimah Wilopo et al., 2017).

Untuk mendukung perkembangan pariwisata yang berkelanjutan, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menetapkan empat pilar utama yang menjadi dasar pengembangannya. Keempat pilar tersebut meliputi pengelolaan yang berkelanjutan, keberlanjutan sosial dan ekonomi, pelestarian budaya, serta perlindungan lingkungan (Pitha Ningrum et al., n.d.). Pilar-pilar ini perlu terus dijaga dan dikembangkan agar manfaat pariwisata dapat dirasakan dalam jangka panjang tanpa mengurangi kualitas budaya maupun lingkungan yang ada. Desa Wisata Ketapanrame

merupakan salah satu destinasi wisata yang dikelola dengan baik oleh masyarakat setempat seperti Air Terjun Dlundung yang saat ini menjadi destinasi wisata yang banyak di jumpai oleh pengunjung.

Indonesia memiliki potensi pariwisata yang sangat besar karena kekayaan budaya dan keindahan alam yang dimiliki di berbagai daerah. Apabila dikelola secara optimal, potensi tersebut dapat memberikan manfaat bagi perekonomian masyarakat, meningkatkan pendapatan daerah, serta mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Salah satu daerah yang aktif mengembangkan sektor pariwisata adalah Kecamatan Trawas, Kabupaten Mojokerto Digital Wisatawan di Kecamatan Trawas et al.. Di kawasan ini terdapat berbagai destinasi wisata alam yang menarik, salah satunya adalah Air Terjun Dlundung. Destinasi wisata ini menawarkan pemandangan alam yang asri, udara yang sejuk, serta berbagai fasilitas pendukung yang menjadi daya tarik bagi wisatawan. Dengan dukungan dari berbagai pihak, pengembangan Air Terjun Dlundung diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat sekitar

Air Terjun Dlundung merupakan salah satu destinasi wisata alam yang memiliki daya tarik berupa pemandangan alam yang indah dan udara yang sejuk. Selain menikmati keindahan air terjun, pengunjung juga dapat menemukan berbagai jenis flora dan fauna yang hidup di kawasan tersebut. Untuk menunjang kenyamanan wisatawan, Air Terjun Dlundung telah dilengkapi dengan berbagai fasilitas yang memadai, seperti area camping ground, wahana outbound, pendopo untuk beristirahat, jalur trekking menuju kawasan hutan dan air terjun, serta kios yang menyediakan makanan dan minuman. Berbagai fasilitas tersebut menjadikan Air Terjun Dlundung sebagai destinasi wisata yang menarik untuk dikunjungi bersama keluarga maupun teman (Rahayu, n.d.).

Meskipun memiliki potensi wisata yang besar, Air Terjun Dlundung masih menghadapi beberapa tantangan dalam pengembangannya. Salah satunya adalah aksesibilitas dan fasilitas pendukung yang belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan seluruh wisatawan, terutama wisatawan dari luar daerah maupun mancanegara yang mengharap standar pelayanan yang lebih baik. Kondisi ini menunjukkan bahwa masih terdapat perbedaan antara upaya pengembangan pariwisata yang dilakukan oleh pemerintah daerah dengan kondisi yang ada di lapangan. Selain itu, kemampuan dan keterampilan sumber daya manusia (SDM) yang terlibat dalam pengelolaan wisata di Desa Ketapanrame juga masih perlu ditingkatkan agar pengelolaan destinasi wisata dapat berjalan lebih optimal (Sukmana et al., 2025).

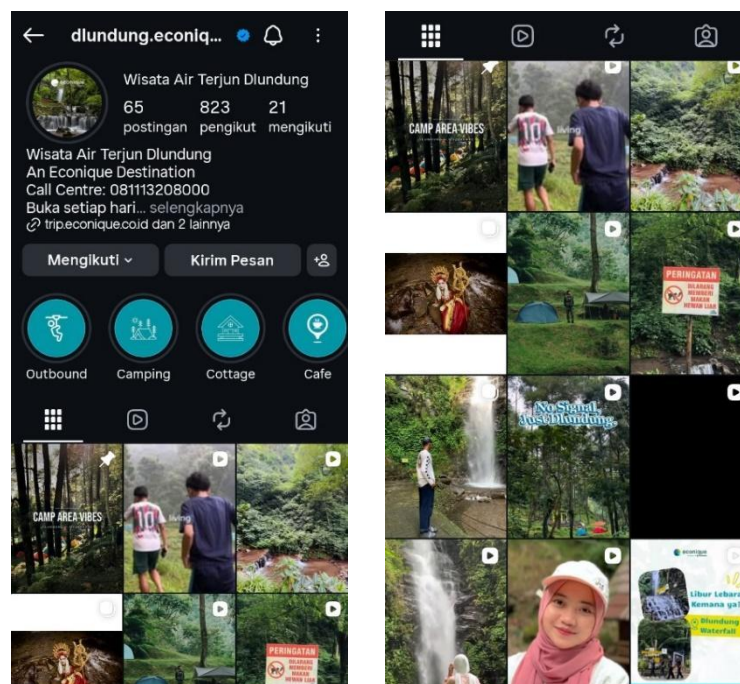
Pengelolaan pariwisata yang baik sangat penting untuk menarik wisatawan agar berkunjung lebih lama dan memanfaatkan berbagai fasilitas maupun layanan yang tersedia di destinasi wisata. Namun, sering muncul pertanyaan mengapa hanya beberapa destinasi wisata tertentu yang lebih dikenal dan mendapat perhatian dari masyarakat serta media. Hal ini dapat disebabkan oleh strategi promosi yang dilakukan oleh pengelola wisata, termasuk pemanfaatan media sosial dan media digital. Untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, setiap daerah perlu mengembangkan potensi wisata yang dimilikinya, baik dari segi keindahan alam maupun kekayaan budaya yang menjadi ciri khas daerah tersebut. Pengelolaan destinasi wisata yang baik dapat memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat serta membantu meningkatkan kesejahteraan mereka. Salah satu destinasi wisata alam yang memiliki potensi besar adalah Air Terjun Dlundung. Dengan pemandangan alam yang indah, udara yang sejuk, dan fasilitas yang terus dikembangkan, Air Terjun Dlundung dapat menjadi daya tarik wisata yang mampu menarik lebih banyak pengunjung serta memberikan dampak positif bagi masyarakat di sekitarnya (Putri Aulia NPP et al., n.d.).

Di era digital saat ini, teknologi digital menjadi salah satu sarana yang efektif untuk mempromosikan destinasi wisata kepada masyarakat luas. Perkembangan teknologi yang semakin pesat memberikan banyak manfaat bagi sektor pariwisata, terutama dalam memudahkan penyebaran informasi dan menarik minat wisatawan. Salah satu destinasi yang dapat memanfaatkan perkembangan teknologi tersebut adalah Air Terjun Dlundung. Melalui media digital, seperti Instagram, informasi mengenai keindahan alam, fasilitas, dan berbagai aktivitas wisata di Air Terjun

Dlundung dapat disampaikan dengan lebih cepat dan menarik sehingga mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

E-Tourism atau pariwisata berbasis digital kini banyak dimanfaatkan sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan minat wisatawan terhadap suatu destinasi. Melalui aplikasi mobile dan media sosial, pengelola wisata dapat mempromosikan objek wisata dengan lebih mudah dan menjangkau lebih banyak orang. Berbagai konten menarik seperti foto, video, reels, dan informasi wisata dapat dibagikan untuk memberikan gambaran mengenai destinasi yang ditawarkan. Salah satu destinasi yang dapat memanfaatkan strategi ini adalah Air Terjun Dlundung. Dengan menampilkan keindahan alam, suasana yang asri, serta fasilitas yang tersedia melalui media digital, Air Terjun Dlundung dapat menarik minat calon wisatawan dan mendorong mereka untuk berkunjung secara langsung.

Promosi Air Terjun Dlundung dilakukan melalui media sosial Instagram sebagai sarana pemasaran digital (Wahyuningsih et al., 2023). Instagram dipilih karena mampu menyajikan informasi secara visual melalui foto dan video yang menarik, sehingga dapat meningkatkan daya tarik wisata. Pemanfaatan fitur seperti unggahan, reels, story, dan hashtag membantu memperluas jangkauan promosi serta memudahkan calon wisatawan memperoleh informasi mengenai destinasi wisata tersebut. Dengan demikian, Instagram menjadi media yang efektif dalam meningkatkan eksposur dan kunjungan wisata ke Air Terjun Dlundung.



Gambar 3. Promosi melalui Instagram @dlundung.econique

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan di Air Terjun Dlundung, dapat disimpulkan bahwa destinasi ini memiliki daya tarik utama berupa keindahan alam yang masih terjaga, udara yang sejuk, serta fasilitas pendukung seperti area camping dan hutan pinus. Dari sisi pengelolaan, strategi promosi yang dilakukan melalui word of mouth dan media sosial terbukti cukup efektif dalam menarik wisatawan. Sementara itu, dari perspektif wisatawan, sebagian besar memberikan penilaian positif terhadap kebersihan, kenyamanan, serta kemudahan akses menuju

lokasi. Hal ini menunjukkan bahwa Air Terjun Dlundung memiliki citra yang baik di mata pengunjung.

Namun, masih terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan, seperti penambahan fasilitas umum, pengelolaan kebersihan di beberapa titik, serta peningkatan kualitas pelayanan agar tetap mampu bersaing dengan destinasi wisata lain. Secara keseluruhan, kegiatan ini telah memberikan gambaran nyata mengenai kondisi lapangan serta persepsi pengelola dan wisatawan. Hasil ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengelola dan masyarakat untuk terus menjaga dan mengembangkan potensi wisata secara berkelanjutan, sekaligus memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pariwisata, khususnya terkait pengelolaan destinasi berbasis lingkungan dan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, A., & Herlambang, S. (2023). STRATEGI PENGELOLAAN KAWASAN WISATA AIR TERJUN BERDASARKAN KONSEP KBM ECOTOURISM (OBJEK STUDI: AIR TERJUN CILEMBER, KABUPATEN BOGOR). *Jurnal Sains, Teknologi, Urban, Perancangan, Arsitektur (Stupa)*, 4(2). <https://doi.org/10.24912/stupa.v4i2.22351>
- Digital Wisatawan di Kecamatan Trawas, L., Mojokerto, K., Timur, J., Parung, J., Daniel Pah, N., Santoso, A., Agus Arlianto, J., Hapsari, I., & Novawanda, O. (2024). *Desain Smart Tourism untuk Merespon Kemampuan (Vol. 8)*. <http://journal.unhas.ac.id/index.php/panritaabdi>
- Khotimah Wilopo, K., Hakim, L., & Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, F. (2017). STRATEGI PENGEMBANGAN DESTINASI PARIWISATA BUDAYA (Studi Kasus pada Kawasan Situs Trowulan sebagai Pariwisata Budaya Unggulan di Kabupaten Mojokerto) *Fakultas Ilmu Administrasi 2*. In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol (Vol. 41, Number 1)*.
- Mufida, L. (2025). Pengaruh Fasilitas, Citra Destinasi, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Wisatawan di Objek Wisata Air Terjun Dlundung Trawas Kabupaten Mojokerto. *ECo-Buss*, 8(2), 2136–2146. <https://doi.org/10.32877/eb.v8i2.3416>
- Pitha Ningrum, S., Mijiarto, J., Pembangunan Nasional, U., & Timur, J. (n.d.). Analisis Gap Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Desa Ketapanrame Mojokerto. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Desember, 2024(2), 624–634.
- Putri Aulia NPP, R., Kabupaten Mojokerto, A., Jawa Timur Program Studi Teknologi Rekayasa Informasi Pemerintahan, P., Skripsi, P., Widhi Kawuryan, M., & MSi, S. (n.d.). *PENERAPAN E-GOVERNMENT DALAM PENINGKATAN LAYANAN INFORMASI PARIWISATA MELALUI WEBSITE SRI GITARJA DI KABUPATEN MOJOKERTO JAWA TIMUR*.
- Rahayu, K. P. (n.d.). *Pengembangan Potensi Wisata Edukasi Di Kawasan Wisata Trawas Kabupaten Mojokerto*.
- Sitasi : Wahyuningsih, E., Syaputra, M., Suparyana, P. K., Lestari, A. T., Wahyu, I., Kurnia, B. M. K., Fatmala, Y., Hapizah, I., Sukmawati, M., Dhuha, S. H., Shabrina, M. M., Kusuma, F. A., Hamdani, M. N., & Anggardika, L. A. W. (2023). under a Creative Commons Attribution (CC-BY) 4.0 license. *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Wisata Air Terjun di Desa Santong, Kecamatan Kayangan Kabupaten Lombok Utara*. <https://doi.org/10.29303/jpmppi.v6i1.3280>
- Sukmana, H., Choiriyah, I. U., & Balahmar, A. R. U. (2025). The Influence of Regional Government Policy Implementation on the Effectiveness of Ketapanrame Trawas Tourism Village Development. *JKMP (Jurnal Kebijakan Dan Manajemen Publik)*, 13(2), 162–168. <https://doi.org/10.21070/jkmp.v13i2.1957>



Tri Handoko, R. (2018). Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel Akademi Komunitas Manajemen Perhotelan Indonesia (Rudi Tri Handoko (Vol. 2, Number 2).