

# Analisis Naratif Promosi Desa Wisata Tetebatu Dalam Akun Instagram *@bppdlotimofficial*

Rizka Zahwa<sup>1</sup>, Tantri Puspita Yazid<sup>2</sup>

Universitas Riau, Pekanbaru  
rizkazahwa0302@gmail.com

## ABSTRACT

*The East Lombok Regional Tourism Promotion Agency uses the internet for promotional media through @bppdlotimofficial Instagram account, especially in promoting Tetebatu Tourism Village. Various narratives are prepared to increase tourist awareness and interest in this tourist destination. The purpose of this study is to analyze the storyline of Tetebatu Tourism Village, East Lombok, promoted through @bppdlotimofficial Instagram account. This study uses a qualitative method with a narrative analysis approach. Tzvetan Todorov's narrative theory is an analytical knife that divides the narrative into three parts, namely the initial storyline, the middle storyline and the final storyline. Data collection techniques were obtained from documentation, and literature studies. The results of the study show that the narrative of the promotion of the Tetebatu tourist village on the Instagram account @bppdlotimofficial has three flows. First, the initial flow explains the introduction of Tetebatu tourism village at the Best Tourism Villages event. Second, the middle flow explains the disturbances that arise in the form of environmental cleanliness problems, other problems arise when promotions must be intensified to the maximum to gain greater support from the audience. The middle flow was closed with the end of the competition, where the Tetebatu tourist village has not been able to achieve victory. Third, the final plot explains the various efforts made to restore balance in the post-competition Tetebatu tourism village promotion process, the final plot in this story is marked by the success of Tetebatu tourism village as the 300 best tourist villages of ADWI 2023.*

**Kata-kata Kunci:** Analisis Naratif; Desa Wisata; Instagram, Model Tzvetan Todorov; Promosi

## ABSTRAK

Badan Promosi Pariwisata Daerah (BPPD) Lombok Timur memanfaatkan internet untuk media promosi melalui akun Instagram @bppdlotimofficial, khususnya dalam mempromosikan Desa Wisata Tetebatu. Beragam narasi disusun untuk meningkatkan kesadaran dan minat wisatawan terhadap destinasi wisata ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis alur cerita Desa Wisata Tetebatu Lombok Timur dipromosikan melalui akun Instagram @bppdlotimofficial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis naratif. Teori naratif Tzvetan Todorov menjadi pisau analisis yang membagi narasi menjadi tiga bagian yaitu alur cerita awal, alur cerita tengah dan alur cerita akhir. Teknik pengumpulan data diperoleh dari dokumentasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan narasi promosi desa wisata Tetebatu pada akun Instagram @bppdlotimofficial memiliki tiga alur. Pertama, alur awal menjelaskan pengenalan desa wisata Tetebatu di ajang *Best Tourism Villages*. Kedua, alur tengah menjelaskan gangguan yang muncul berupa permasalahan kebersihan lingkungan, permasalahan lainnya muncul ketika promosi harus digencarkan lebih maksimal untuk meraih dukungan yang lebih besar dari khalayak. Alur tengah ditutup dengan berakhirnya lomba, dimana desa wisata Tetebatu belum bisa meraih kemenangan. Ketiga, alur akhir menjelaskan berbagai upaya yang dilakukan untuk mengembalikan keseimbangan dalam proses promosi desa wisata Tetebatu pasca lomba, alur akhir dalam cerita ini ditandai dengan keberhasilan desa wisata Tetebatu sebagai 300 desa wisata terbaik ADWI 2023.

**Kata-kata Kunci:** Analisis Naratif; Desa Wisata; Instagram, Model Tzvetan Todorov; Promosi

## PENDAHULUAN

Industri pariwisata merupakan suatu komoditi yang memiliki prospektif dan dipandang mempunyai peranan penting dalam pembangunan nasional. Membangun industri pariwisata sama halnya dengan mempercantik negeri guna mendatangkan manfaat dan devisa tanpa harus menguras sumber daya alam yang semakin langka (Judisseno, 2019). Hal ini dapat didukung melalui usaha promosi baik oleh pemerintah maupun masyarakat sekitar, untuk memperkenalkan objek wisata daerah ke dalam negeri dan keseluruh dunia secara lebih luas.

Indonesia sebagai negara maritim dan agraris dengan kekayaan alam yang melimpah menyimpan keindahan yang cukup besar dan berpotensi untuk dijadikan komoditi di bidang pariwisata, salah satunya yaitu Lombok Timur. dibandingkan dengan kabupaten lainnya di Lombok, beberapa destinasi wisata di Lombok Timur sangat kuat dengan pendekatan *community based tourism* (CBT) yang paling mendasar. *Community based tourism* (CBT) merupakan konsep pariwisata berbasis masyarakat, dimana masyarakat lokal terlibat langsung dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata di daerahnya, contohnya pengembangan desa wisata (Yulianto & Pambudi, 2019). Pada tahun 2022 Lombok Timur mendapatkan penghargaan NTB Gemilang Award yakni menjadi daerah pembina desa wisata terbaik di Provinsi Nusa Tenggara Barat.

Desa wisata (*rural tourism*) merupakan perpaduan antara atraksi alam, budaya, dan kreativitas masyarakat setempat didukung oleh akomodasi dan fasilitas lainnya, yang dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung (Yacob dkk., 2021). Melalui SK Bupati terdapat sembilan puluh satu desa yang ditetapkan sebagai desa wisata pada 2021. Adapun desa wisata Tetebatu yang terletak di Kecamatan Sikur, Kabupaten Lombok Timur berhasil menjadi satu diantara tiga perwakilan Indonesia dalam ajang *World Best Tourism Village* yang digelar oleh UNWTO (*United Nation World Tourism Organization*), yakni badan dari Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) yang menangani masalah pariwisata yang bermarkas di Madrid, Spanyol. Meskipun tidak menjadi yang terbaik, desa wisata Tetebatu Lombok Timur melalui ajang ini telah dikenal secara Internasional dan keindahannya diakui dunia.

Sebagai objek wisata, desa Tetebatu sangat potensial untuk dikembangkan menjadi daya tarik wisata, karena desa wisata Tetebatu memiliki potensi wisata alam dan budaya yang beragam. Aspek promosi menjadi salah satu penunjang dalam menarik minat wisatawan untuk mengunjungi desa wisata Tetebatu. Tanpa promosi yang efektif maka objek wisata tidak dapat dikenal, sehingga tingkat kunjungan wisatawan pasti rendah

(Wolah, 2016). Promosi merupakan koordinasi dari semua upaya yang diinisiasi perusahaan atau penjual untuk membangun media informasi dan persuasi dalam menjual barang dan jasa atau mempromosikan ide atau gagasan (Bahfiarti, 2021). Untuk memaksimalkan kegiatan promosi, pemerintah daerah Lombok Timur melalui SK Bupati menetapkan Badan Promosi Pariwisata Daerah (BPPD) Lombok Timur sebagai mitra strategis untuk menangani kegiatan promosi sekaligus memfasilitasi pengembangan potensi-potensi pariwisata di daerah Lombok Timur. Sebagai badan yang bertanggung jawab di bidang promosi, BPPD Lombok Timur juga memiliki peran dalam pengembangan desa wisata, oleh karena itu BPPD Lombok Timur tidak berhenti bergerak mengikuti pertumbuhan industri pariwisata yang fenomenal, sejalan dengan perkembangan internet dan media sosial saat ini. Salah satu media sosial yang aktif digunakan BPPD Lombok Timur sebagai media promosi adalah melalui akun Instagramnya @bppdlotimofficial.

Instagram sendiri adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri (Mahendra dkk., 2017). Instagram dan media sosial lainnya sudah menjadi lingkungan baru bagi masyarakat untuk bersosialisasi dan berinteraksi, namun Instagram sendiri memiliki pertumbuhan yang luar biasa dibandingkan dengan media sosial lainnya. Interaksi di media sosial diadaptasi dari interaksi kehidupan nyata seperti *follow*, *friends*, *sharing*, *mention*, dan masih banyak lainnya menunjukkan bagaimana informasi mengalir di media sosial (Tahalea dkk., 2022). Selain itu Instagram juga menjadi media sosial yang paling banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Dilansir dari situs databoks, berdasarkan laporan *We Are Social*, pada Oktober 2023 Indonesia menjadi negara dengan pengguna Instagram terbanyak ke-4 di dunia yaitu berjumlah 104,8 juta pengguna. *We Are Social* mencatat ada 1,64 miliar pengguna Instagram di seluruh dunia pada Oktober 2023. Jumlah ini naik 2,5% secara kuartalan dan melonjak 18,1% secara tahunan (Annur, 2023). Beragam narasi tentang promosi desa wisata Tetebatu disusun dalam akun Instagram @bppdlotimofficial untuk meningkatkan kesadaran dan minat wisatawan terhadap destinasi wisata ini, sejumlah postingan tersebut memiliki keterkaitan yang membentuk sebuah alur cerita. Oleh karena itu dalam penelitian ini akun Instagram BPPD Lombok Timur yaitu @bppdlotimofficial akan menjadi fokus penelitian untuk mengkaji tentang alur cerita promosi desa wisata Tetebatu dalam akun Instagram BPPD Lombok Timur. Instagram @bppdlotimofficial juga menampilkan secara lebih rinci terkait dengan

informasi dan kegiatan-kegiatan promosi di desa wisata Tetebatu. Sebagai Instagram resmi tentu saja akun @bppdlotimofficial diharapkan efektif dalam melakukan promosi dan memberikan informasi kepada masyarakat maupun wisatawan. Maka dalam penelitian ini akan melihat secara lebih mendalam narasi promosi desa wisata Tetebatu yang dilakukan oleh BPPD Lombok Timur melalui akun Instagramnya @bppdlotimofficial. Narasi adalah representasi dari peristiwa-peristiwa atau rangkaian dari peristiwa-peristiwa (Eriyanto, 2015). Adapun penelitian ini akan melihat narasi melalui analisis naratif teori Tzvetan Todorov. Penulis menggunakan analisis naratif pada penelitian ini karena analisis ini menjadi salah satu teknik yang bisa digunakan untuk melihat fenomena di media siber (Nasrullah, 2022).



Sumber: Instagram @bppdlotimofficial, 2024

**Gambar 1 Contoh Pesan di Instagram @bppdlotimofficial tentang 7 Aspek Penting Tetebatu**

Salah satu contoh pesan dari akun tersebut adalah 7 Aspek penting mengapa desa Tetebatu harus dianugerahi sebagai desa terbaik di dunia. Postingan gambar tersebut terdiri atas tujuh *slide* yang berisi penjelasan dari setiap poin yang dijelaskan pada *slide* pertama. Adapun teks tersebut berisikan narasi Tetebatu memiliki tujuh aspek yang menjadi modal besar desa wisata tersebut menjadi desa wisata terbaik, yaitu diantaranya hutan Tetebatu selatan Rinjani berkontribusi terhadap perubahan iklim global. Kedua, perdamaian dunia, yaitu tonggak awal perdamaian dunia dalam konteks saling pengertian, dan toleransi di desa-desa pedalaman. Ketiga, pergeseran paradigma lokal dalam hal pariwisata negatif. Keempat, keaslian desa. Kelima, menjadi salah satu pelopor desa wisata di kawasan timur Indonesia. Keenam, Memiliki pendidikan anak usia dini (sekolah PAUD pariwisata) dan yang terakhir desa wisata Tetebatu menawarkan kehidupan lokal yang harmonis dari segi lingkungan, ekonomi, dan sosial budaya.

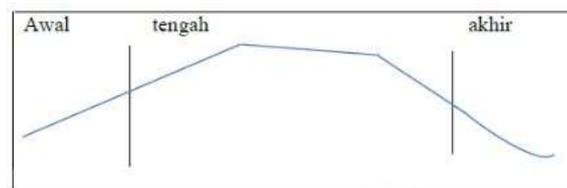
Desa wisata Tetebatu memiliki kelengkapan produk sebagai desa wisata dan telah menginspirasi desa wisata lainnya khususnya di Lombok Timur dan Indonesia, atas prestasinya terpilih menjadi satu dari tiga perwakilan Indonesia di ajang World Best Tourism Villages yang digelar UNWTO, sehingga cerita desa wisata Tetebatu yang menginspirasi ini menarik untuk dikaji secara lebih mendalam agar dapat dijadikan contoh bagi desa wisata lainnya dalam mengembangkan potensi wisata yang dimiliki desa, melalui cerita promosi desa wisata Tetebatu di Instagram @bppdlotimofficial.

Adapun penelitian ini memiliki keunikan yaitu membahas secara lebih mendalam narasi promosi desa wisata Tetebatu yang disampaikan BPPD Lombok Timur melalui akun Instagramnya @bppdlotimofficial, yang kemudian disusun sehingga membentuk alur cerita dengan penyampaian menggunakan analisis naratif dari Tzvetan Todorov. Menariknya, gagasan Todorov memandang teks memiliki susunan atau struktur tertentu. Pembuat teks disadari maupun tidak menyusun teks dalam tahapan atau struktur tersebut, sebaliknya orang-orang akan membaca narasi sesuai dengan tahapan atau struktur tersebut (Eriyanto, 2015). Adapun Todorov melihat narasi tersusun atas tiga tahapan, yakni alur cerita awal (ekuilibrium), alur cerita tengah (gangguan) dan alur cerita akhir (ekuilibrium). Branston & Stafford (2003) mengatakan gagasan Todorov tentang 'ekuilibrium' memberi label pada keadaan. Teori Todorov memperjelas bagaimana perubahan berlangsung dalam cerita, membantu penganalisis mengetahui bagaimana cerita berubah dan berpindah dari satu situasi ke situasi yang lain. Dengan begitu struktur informasi dapat diketahui secara lebih rinci dan khalayak mudah dalam memahami makna dan alur pesan yang terkandung dalam postingan promosi desa wisata Tetebatu dalam Instagram tersebut.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis naratif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data berupa kata-kata, kalimat-kalimat atau narasi-narasi yang memerlukan pendeskripsian atau penarasian yang detail dan lebih mendalam (Kriyantono, 2022). Metode kualitatif dengan pendekatan analisis naratif berfokus pada pengumpulan dan analisis deskripsi peristiwa atau kejadian serta penggabungan konteks dan tempat dalam cerita. Narasi berkaitan dengan bagaimana cerita itu disajikan melalui teks yang terdapat dalam postingan Instagram @bppdlotimofficial agar tidak ada kesalahan dalam memberikan maksud dari pesan tersebut. Teori naratif Tzvetan Todorov menjadi pisau analisis dalam penelitian ini, yang berfungsi untuk memahami dan mengetahui

struktur pada suatu cerita sehingga makna yang terdapat didalamnya bisa tersampaikan dengan jelas. Analisis Tzvetan Todorov digunakan untuk membaca makna teks secara naratif pada Instagram. Todorov memandang narasi adalah apa yang dikatakan, sebab terdiri dari urutan yang kronologis, motif dan plot, serta hubungan sebab akibat dari sebuah peristiwa (Eriyanto, 2015). Todorov mengatakan bahwa sebuah narasi memiliki struktur sejak awal sampai akhir. Struktur narasi Todorov terdiri atas tiga bagian yaitu bagian awal, bagian tengah dan bagian akhir sehingga terjadi sebuah alur.



Sumber: Gorys Keraf (dalam Yohandi, 2018)

**Gambar 2 Diagram Alur Tzvetan Todorov**

Data yang telah terkumpul kemudian disusun sesuai struktur narasi dari Tzvetan Todorov untuk membantu mengungkap alur cerita desa wisata Tetebatu Lombok Timur dipromosikan melalui akun Instagram BPPD Lombok Timur yaitu pada Instagramnya @bppdlotimofficial. Adapun teknik pengumpulan data diperoleh dari dokumentasi, studi pustaka dan wawancara. Terdapat 25 postingan tentang desa wisata Tetebatu dalam akun Instagram @bppdlotimofficial, namun penulis memfokuskan 12 postingan sebagai unit analisis data dalam penelitian ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bagian ini penulis akan memaparkan hasil analisis dan temuan dari penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan Narasi pada postingan Instagram @bppdlotimofficial terkait promosi desa wisata Tetebatu menggambarkan urutan peristiwa yang sejalan dengan struktur narasi yang disampaikan oleh Tzvetan Todorov. Todorov merupakan ahli sastra dan budaya yang berasal dari Bulgaria melahirkan gagasan tentang struktur dari sebuah narasi. Menurut Todorov sebuah narasi memiliki struktur sejak awal sampai akhir, bagian tersebut yaitu alur cerita awal, tengah, dan akhir (Eriyanto, 2015).

Dalam proses penelitian ini, penulis melakukan analisis menggunakan analisis naratif Tzvetan Todorov untuk mengetahui bagaimana alur cerita desa wisata Tetebatu dipromosikan melalui Instagram @bppdlotimofficial. Terdapat 25 unggahan tentang promosi desa wisata Tetebatu di akun @bppdlotimofficial, namun penulis memfokuskan 12 unggahan untuk dianalisis. Seperti yang sudah dijelaskan pada rumusan masalah dan pembatasannya maka penulis mengkategorikan postingan di Instagram @bppdlotimofficial ke dalam tema terhadap 12 unit analisis yang telah ditentukan, dengan mengurutkan secara kronologis sejak 23 Agustus 2021 sampai 27 maret 2023, sebagai berikut.

**Tabel 1 Tema Postingan Instagram @bppdlotimofficial**

Tema Postingan Promosi Desa Wisata Tetebatu di Instagram @bppdlotimofficial		
Tahun	Bulan	Tema
2021	Agustus	1. Pengenalan Desa Wisata Tetebatu di Best Tourism Village 2. Peninjauan kesiapan Desa Wisata Tetebatu 3. 7 aspek penting Tetebatu
	September	1. Ajakan mengikuti Clean Up Tetebatu 2. Partisipasi dalam Clean Up Tetebatu 3. Dukungan Untuk Desa Tetebatu
	Oktober	Pengadaan Basic Life Support
2022	Februari	1. Tetebatu dapat menjadi contoh 2. Himbauan kepada masyarakat untuk mengambil peluang dalam perhelatan MotoGP 2022
	Maret	Gala dinner for welcoming MotoGP 2022 Visistor
	September	Gathering dan silaturahmi Influencer dan pengelola/ pelaku usaha desa wisata Lombok Timur
2023	Maret	Desa Wisata Tetebatu sebagai 300 desa wisata terbaik ADWI 2023

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian, 2024

Menurut Todorov, narasi merupakan apa yang dikatakan, sebab terdiri dari urutan yang kronologis, motif dan plot, serta hubungan sebab akibat dari sebuah peristiwa (Eriyanto, 2015). Dalam hal ini, pembuat narasi menggunakan rangkaian waktu kronologis. Dengan demikian penulis menganalisis struktur narasi dengan membagi unit analisis data tersebut menjadi tiga tahap yaitu alur awal, alur tengah, dan akhir tentang promosi desa wisata Tetebatu dalam postingan Instagram @bppdlotimofficial.

Postingan akun Instagram @bppdlotimofficial tanggal 23 Agustus 2021 dengan tema pengenalan desa wisata Tetebatu di *Best Tourism Village*. Postingan tanggal 26 Agustus 2021 dengan tema peninjauan kesiapan desa wisata Tetebatu, dilanjutkan dengan postingan tanggal 07 September

2021 dengan tema 7 aspek penting Tetebatu, menggambarkan urutan peristiwa yang kronologis dan memiliki keterkaitan satu dengan yang lain, ketiga postingan ini masih menggambarkan keadaan yang normal. Sehingga berdasarkan struktur narasi Todorov ketiga postingan ini masuk ke dalam tahapan alur awal cerita promosi desa wisata Tetebatu di Instagram @bppdlotimofficial.

Postingan akun Instagram @bppdlotimofficial dari tanggal 11 September 2021 dengan tema ajakan mengikuti *Clean Up* Tetebatu. Postingan tanggal 12 September 2021 dengan tema partisipasi dalam *Clean Up* Tetebatu, postingan tanggal 23 September 2021 dengan tema dukungan untuk desa Tetebatu, dilanjutkan postingan tanggal 6 Oktober 2021 menggambarkan urutan peristiwa yang kronologis dan memiliki keterkaitan satu dengan yang lain, keempat postingan ini menggambarkan munculnya gangguan yang mengacaukan keseimbangan atau keadaan sebelumnya yang normal. Sehingga berdasarkan struktur narasi Todorov keempat postingan ini masuk ke dalam tahapan alur tengah cerita promosi desa wisata Tetebatu di Instagram @bppdlotimofficial.

Postingan akun Instagram @bppdlotimofficial dari tanggal 20 Februari 2022 dengan tema Tetebatu dapat menjadi contoh. Postingan tanggal 23 Februari 2022 dengan tema himbuan kepada masyarakat untuk mengambil peluang dalam perhelatan MotoGP. Postingan tanggal 23 Maret 2022 dengan tema *Gala dinner for welcoming MotoGP 2022*, postingan tanggal 8 September 2022 dengan tema *Visistor Gathering dan silaturahmi Influencer* dan pengelola/ pelaku usaha desa wisata Lombok Timur. Dilanjutkan dengan postingan tanggal 27 Maret 2023 dengan tema desa wisata Tetebatu sebagai 300 desa wisata terbaik ADWI 2023, menggambarkan urutan peristiwa yang kronologis dan memiliki keterkaitan satu dengan yang lain, kelima postingan ini menggambarkan adanya berbagai upaya untuk mengembalikan promosi ke kondisi normal atau teratur. Sehingga berdasarkan struktur narasi Todorov kelima postingan ini masuk ke dalam tahapan alur akhir cerita promosi desa wisata Tetebatu di Instagram @bppdlotimofficial.

### **1. Alur Cerita Awal Promosi Desa Wisata Tetebatu Lombok Timur dalam Akun Instagram @bppdlotimofficial**

Alur cerita awal narasi umumnya ditandai dengan situasi yang normal, dalam hal ini Todorov menyebutnya dengan ekuilibrium atau keseimbangan (Eriyanto, 2015). Bagian ini merupakan sebuah permulaan dari peristiwa, dimana nantinya pembaca akan diantarkan untuk mengikuti alur-alur selanjutnya. Pada umumnya alur awal bercerita tentang kondisi awal yang memuat latar belakang bagaimana suatu permasalahan atau kekacauan itu hadir. Kompleksitas situasi dapat dianalisis melalui hubungan antara sebab dan penyebab lainnya, yang dapat diukur melalui berbagai rangkaian kejadian yang terjadi selanjutnya. Berikut adalah cerita awal mula promosi desa wisata Tetebatu dalam Instagram BPPD Lombok Timur. Alur awal dimulainya promosi desa wisata Tetebatu dalam Instagram @bppdlotimofficial berawal dari terpilihnya desa Tetebatu menjadi satu dari tiga perwakilan Indonesia dalam ajang *World Best Tourism*

Villages yang digelar oleh *United Nation World Tourism Organization* (UNWTO) pada tahun 2021 lalu.

**Tabel 2 Unggahan Pengenalan Desa Wisata Tetebatu di Best Tourism Villages**

Visualisasi Unggahan	
Tanggal	23 Agustus 2021
Caption	Desa Tetebatu menjadi satu diantara tiga perwakilan Indonesia di ajang Best Tourism Village Pilot Initiative 2021 by UNWTO. Apa sih UNWTO & Best Tourism Village Pilot Initiative? #bppdlomboktimur #visitlomboktimur #unwto #besttourismvillages #tetebatu
Jumlah Like	11 Likes
Komentar	-
Karakteristik	Teks pada poster dan <i>caption</i> , Gambar, 4 <i>slide</i>

Sumber: Instagram @bppdlotimofficial, 2024

Untuk mengenalkan lebih jauh lomba yang akan diikuti oleh desa wisata Tetebatu, BPPD Lombok Timur kemudian memposting informasi singkat mengenai “Apa sih UNWTO & Best Tourism Village Pilot Initiative?”. Informasi ini penting untuk disajikan kepada masyarakat agar dapat memicu keterlibatan masyarakat baik secara fisik maupun dalam bentuk dukungan dengan ikut meramaikan, serta mempromosikan desa Tetebatu melalui platform media sosial yang mereka miliki. Adapun dukungan tersebut dapat diberikan dengan ikut meramaikan tagar atau *hashtag* (#) yang digunakan BPPD Lombok Timur dalam postingan awalnya yaitu #bppdlomboktimur, #bppdntb, #visitlomboktimur, #unwto, #tetebatu, #besttourismvillages dan #tetebatuunwto. Penggunaan *hashtag* yang relevan akan membantu khalayak untuk mencari topik tentang Tetebatu berdasarkan subjek atau kategori yang telah dibuat (Subadar dkk., 2022), sehingga diharapkan dapat memicu keterlibatan khalayak melalui konten-konten yang diunggah. Dengan demikian kesempatan untuk mempromosikan desa wisata Tetebatu dalam ajang tersebut dapat ditingkatkan.

**Tabel 3 Unggahan Tim Lomba Desa Wisata Tetebatu Menjelaskan Kesiapan Desa Tetebatu dalam Menghadapi Lomba**

Visualisasi Unggahan	
Tanggal	26 Agustus 2021
Caption	Tim lomba desa wisata UNWTO sedang menjelaskan kesiapan desa Tetebatu kepada Gubernur NTB @zulkieflimansyah dan CNN 📍 Tetebatu, Lombok Timur #bppdlomboktimur #visitlomboktimur #unwto #tetebatu #disparlomboktimur #disparprovntb
Jumlah Like	22 Likes
Komentar	-
Karakteristik	Teks pada <i>caption</i> , gambar, 2 <i>slide</i>

Sumber: Instagram @bppdlotimofficial, 2024

Alur awal juga memperlihatkan bagian ketika tim lomba Tetebatu menjelaskan tentang kesiapan desa wisata Tetebatu dalam menghadapi lomba kepada Gubernur Nusa Tenggara Barat Zulkieflimansyah dan media CNN. Hadirnya media massa menjadi penanda bahwasanya partisipasi desa Tetebatu dalam lomba ini mendapat sorotan dari banyak pihak, karena dengan kemenangan dalam ajang ini tidak hanya dapat mengangkat wisata desa Tetebatu akan tetapi juga wisata di Lombok Timur secara nasional maupun internasional.

**Tabel 4 Unggahan 7 Aspek Penting Tetebatu**

Visualisasi Unggahan	
Tanggal	07 September 2021
Caption	Desa Tetebatu ikut dalam ajang Best Tourism Village UNWTO. Mengapa desa tetebatu harus dianugrahi sebagai desa wisata terbaik dunia ? Mari simak 7 aspek penting dari Tetebatu #bppdlomboktimur #visitlomboktimur #kemenkraf #sandiagauno #besttourismvillages #tetebatu #tradisional #lomboktimur #lombok #ntb

Jumlah Like	15 Likes
Komentar	3 Komentar
Karakteristik	Teks pada poster dan <i>caption</i> , 7 slide

Sumber: Instagram @bppdlotimofficial, 2024

Selanjutnya dalam rangka meningkatkan kesadaran masyarakat akan potensi yang dimiliki desa wisata Tetebatu, BPPD Lombok Timur melalui akun Instagram @bppdlotimofficial kemudian memposting narasi tentang “mengapa desa Tetebatu harus dianugerahi sebagai desa wisata terbaik dunia”. Teks tersebut berisikan narasi Tetebatu memiliki tujuh aspek yang menjadi modal besar desa wisata tersebut menjadi desa wisata terbaik, yaitu diantaranya hutan Tetebatu selatan Rinjani berkontribusi terhadap perubahan iklim global. Kedua, perdamaian dunia, yaitu tonggak awal perdamaian dunia dalam konteks saling pengertian, dan toleransi di desa-desa pedalaman. Ketiga, pergeseran paradigma lokal dalam hal pariwisata negatif. Keempat, keaslian desa. Kelima, menjadi salah satu pelopor desa wisata di kawasan timur Indonesia. Keenam, Memiliki pendidikan anak usia dini (sekolah PAUD pariwisata) dan yang terakhir desa wisata Tetebatu menawarkan kehidupan lokal yang harmonis dari segi lingkungan, ekonomi, dan sosial budaya. 7 aspek tersebut menunjukkan bahwa desa wisata Tetebatu sudah memenuhi aspek produk (dalam Yacob dkk., 2021) yang harus dipenuhi desa untuk menjadi desa wisata.

Keberadaan potensi alam yang dimiliki desa wisata tetebatu seperti yang dijelaskan dalam unggahan tersebut dimana terdapat air terjun dan agrowisata seperti peternakan, perkebunan, perbukitan serta pertanian dapat menjadi potensi dari desa yang memenuhi aspek produk desa wisata yang otentik. Tradisi lokal yang sudah ada turun temurun dan masih dilestarikan masyarakat desa wisata seperti kesenian dan budaya daerah juga menjadi aspek produk yang telah terpenuhi. Sikap ramah dan terbuka masyarakat desa terhadap pengunjung menjadi indikator terpenuhinya aspek *Attitude and Values* dimana masyarakat bisa menerima perubahan yang hadir karena adanya pengembangan. Desa wisata Tetebatu juga mempunyai daya dukung terhadap potensi wisata yang ada, dilihat dari adanya pengelolaan dan pengembangan yang mampu menggeser paradigma pariwisata negatif, sehingga perempuan memiliki peran penting dalam pembangunan desa wisata Tetebatu. Selain itu adanya sekolah PAUD pariwisata juga menjadi daya dukung untuk mengembangkan potensi desa wisata ini dengan menanamkan sejak dini kepada anak-anak, tentang pentingnya menjaga keuletarian desa. Karena lokasi wisata hanya akan menjadi tren sesaat yang akan kehilangan pengunjung tanpa adanya pengelolaan untuk menjaga dan mengembangkan potensi.

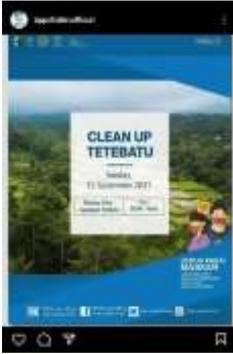
Terpenuhinya aspek produk ini menjadi modal utama yang dimiliki Tetebatu agar dapat memenangkan lomba ini. Oleh karena itu diharapkan melalui postingan tersebut dapat menggugah siapapun yang membaca agar memahami potensi besar yang dimiliki desa wisata Tetebatu dan layak untuk terpilih menjadi desa wisata terbaik dunia, dan memicu keterlibatan mereka dalam setiap kegiatan promosi selama berjalannya perlombaan.

## **2. Alur Cerita Tengah Promosi Desa Wisata Tetebatu Lombok Timur dalam Akun Instagram @bppdlotimofficial**

Tahap ini merupakan perkembangan dari alur cerita awal yaitu adanya gangguan (*distruption*) terhadap keseimbangan (Eriyanto, 2015). Gangguan tersebut meliputi tindakan atau hadirnya peristiwa yang mengganggu keharmonisan serta merusak keseimbangan dan keteraturan. Dengan demikian, bagian tengah cerita ini yang nantinya akan menjelaskan mengenai permasalahan yang muncul, dan merupakan suatu rangkaian dari tahapan yang akan membentuk seluruh proses narasi.

Alur tengah dimulai dengan adanya permasalahan sampah yang harus segera ditangani. Hampir di semua objek wisata, sampah diidentifikasi sebagai salah satu tantangan yang paling signifikan dalam pengembangan pariwisata yang berkelanjutan, sebagai dampak negatif yang dihasilkan oleh aktifitas wisatawan. Sampah yang tidak dikelola dengan baik dapat mengganggu kualitas lingkungan dan kenyamanan wisatawan. Pengelolaan sampah yang efektif dan berkelanjutan menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa objek wisata dapat tetap menjadi tempat yang indah dan menarik untuk dikunjungi, sementara juga memastikan bahwa lingkungan sekitarnya tetap terjaga. Demikian juga pada desa wisata Tetebatu, sampah menjadi masalah yang harus mendapat perhatian khusus, agar tidak menurunkan nilai desa tersebut dalam mengikuti ajang ini.

### **Tabel 5 Unggahan Poster Clean Up Tetebatu**

Visualisasi Unggahan	
Tanggal	11 September 2021
Caption	BPPD Lotim, Universitas Hamzanwadi, LHK Lotim, pemdes dan badan pengelola desa wisata Tetebatu serta mayarakat akan melakukan gotong-royong membersihkan lingkungan di Desa Wisata Tetebatu. Mari jaga lingkungan desa kita dengan nilai dan semangat Gontong Royong ♡ Tetebatu, Lombok Timur #bppdlomboktimur #visitlomboktimur #tetebatutounwto #unwto #lomboktimur #zerowaste
Jumlah Like	18 Likes
Komentar	-
Karakteristik	Teks pada poster dan caption, gambar

Sumber: Instagram @bppdlotimofficial, 2024

Salah satu upaya yang dilakukan adalah membuat poster yang berisi ajakan kepada semua lapisan masyarakat untuk bersama-sama melaksanakan gotong royong dalam rangka membersihkan lingkungan di desa wisata Tetebatu dengan tema “Clean Up Tetebatu”. Dalam unggahan tersebut juga memunculkan #zerowaste, dimana dalam konteks promosi *hashtag* ini digunakan untuk mengajak masyarakat dalam menerapkan gaya hidup sehat dan meningkatkan kesadaran tentang pentingnya menjaga kebersihan lingkungan.

**Tabel 6 Unggahan Partisipasi dalam Kegiatan Clean Up Tetebatu**

<p>Visualisasi Unggahan</p>	
<p>Tanggal</p>	<p>12 September 2021</p>
<p>Caption</p>	<p>BPPD Lotim, Universitas Hamzanwadi, LHK Lotim, Pemdes dan badan pengelola desa wisata Tetebatu serta masyarakat sudah melakukan gotong-royong membersihkan lingkungan di Desa Wisata Tetebatu. Mari jaga lingkungan desa kita dengan nilai dan semangat Gontong Royong ♡ Tetebatu, Lombok Timur #bppdlomboktimur #visitlomboktimur #tetebatutounwto #unwto #lomboktimur #zerowaste</p>
<p>Jumlah Like</p>	<p>17 Likes</p>
<p>Komentar</p>	<p>-</p>
<p>Karakteristik</p>	<p>Teks pada <i>caption</i>, gambar, 4 <i>slide</i></p>

Sumber: Instagram @bppdlotimofficial, 2024

Unggahan tersebut memperlihatkan BPPD Lombok Timur, Universitas Hamzanwadi, Dinas Lingkungan Hidup dan kehutanan (LHK) Lombok Timur, Pemerintah Desa dan badan pengelola desa wisata Tetebatu serta masyarakat melakukan gotong-royong membersihkan lingkungan Desa Wisata Tetebatu. Terdapat pesan singkat yang menjadi *tagline* dalam kegiatan *Clean Up* Tetebatu ini yaitu “Mari jaga lingkungan desa kita dengan nilai dan semangat gotong royong”. Sejalan dengan gambar yang ditampilkan pada unggahan tersebut, terlihat semua pihak yang terlibat saling bekerja sama untuk membersihkan lingkungan desa Tetebatu dengan mematuhi protokol kesehatan yang ada.

Adanya kegiatan gotong royong yang dilakukan di desa Tetebatu menjadi indikator telah terpenuhinya aspek produk yang harus dipenuhi sebagai persyaratan menjadi desa wisata yaitu *local tradition/* tradisi lokal. Tradisi lokal yang sudah ada turun temurun di suatu desa dan dianggap sudah melekat pada masyarakat dapat menjadi suatu keunikan dari kearifan lokal, hal ini bisa menjadi nilai jual yang menarik bagi wisatawan baik dalam negeri maupun luar negeri (Yacob dkk., 2021). Gangguan lainnya muncul disebabkan karena kegiatan ini dilaksanakan pada masa peralihan pandemi *Covid-19*, sehingga mempengaruhi kegiatan gotong royong, masyarakat dituntut untuk mematuhi protokol kesehatan yang ada, dengan menggunakan masker dan tetap menjaga jarak, hal ini menjadi suatu tantangan tersendiri yang harus dihadapi bersama demi mewujudkan tujuan bersama untuk membawa desa agar lebih dikenal oleh masyarakat dunia melalui lomba *best tourism villages*.

Mendekati akhir bulan September, artinya berdasarkan jadwal lomba segera berakhir. Oleh karena itu kegiatan promosi terus digencarkan untuk mengingatkan kepada masyarakat akan pentingnya dukungan mereka terhadap desa Tetebatu yang sedang berpartisipasi di lomba *Best Tourism Villages*. Untuk mencapai tujuan tersebut upaya yang dilakukan BPPD Lombok Timur adalah dengan melibatkan tokoh yang memiliki pengaruh di masyarakat.

**Tabel 7 Unggahan Dukungan dari Qori Internasional untuk Desa Wisata Tetebatu**

Visualisasi Unggahan	
Tanggal	23 September 2021
Caption	Dukungan yang diberikan oleh H. Hasibuan Spd.I sebagai Qori internasional untuk Desa Wisata Tetebatu dalam kompetisi desa wisata dunia Support given by H. Hasibuan Spd.I as international Qori for Tetebatu village in the world tourism village competition #unwto #disparlomboktimur #lomboksumbawa #bppdntb #tetebatuvillage #tetebatu #inside_tetebatu
Jumlah Like	13 Likes
Penonton	106 Views
Durasi	0:21
Komentar	-
Karakteristik	Video, narasi yang disampaikan tokoh pada video

Sumber: Instagram @bppdlotimofficial, 2024

Tokoh tersebut adalah H. Darwin Hasibuan Spd.I yang merupakan seorang Qori internasional asal Sumatera, dalam unggahan video berdurasi 0.21 detik tersebut H. Darwin Hasibuan Spd.I mengajak masyarakat untuk memberikan dukungannya kepada desa wisata Tetebatu agar berhasil menjadi desa wisata terbaik dunia. Akan tetapi usaha promosi ini belum bisa dikatakan maksimal, sebab hanya memperoleh 13 Like dan tidak ada komentar yang ditemukan.

**Tabel 8 Unggahan Kegiatan Basic Life Support di Desa Tetebatu**

<p>Visualisasi Unggahan</p>	
<p>Tanggal</p>	<p>6 Oktober 2021</p>
<p>Caption</p>	<p>Basic Life Support (BHD) activity in Tete Batu village • activities from (BDH) RSUD Lombok Timur explained how to handle tourist who need first aid for accidents at tourist sites to tourism actors in the tourist village of Tete Batu                  @zurabpolikashvili @sandiuno @taufanrahmadi                  #unwto #visitolomboktimur #disparntb #bppdlotim #tetebatuvillage #tetebatu #inside_tetebatu</p>
<p>Jumlah Like</p>	<p>3 Likes</p>
<p>Penonton</p>	<p>449 Views</p>
<p>Durasi</p>	<p>2:12</p>
<p>Komentar</p>	<p>-</p>
<p>Karakteristik</p>	<p>Video, teks pada caption</p>

Sumber: Instagram @bppdlotimofficial, 2024

Kegiatan promosi lainnya yang dilakukan yaitu pengadaan *Basic Life Support* kepada pelaku wisata desa Tetebatu yang diberikan oleh RSUD Lombok Timur terkait cara penanganan wisatawan yang memerlukan pertolongan pertama. Dalam Video berdurasi 2.21 detik tersebut memperlihatkan kegiatan *Basic Life Support* sebagai bentuk promosi wisata aman yang ditawarkan desa wisata Tetebatu, dimana wisata aman ini berfokus pada pengembangan destinasi wisata yang memprioritaskan keamanan dan kesehatan wisatawan. Namun seperti postingan sebelumnya unggahan ini hanya mendapat 3 *Like* dan tidak ada komentar yang ditemukan. Meskipun penonton dari kedua unggahan tersebut melebihi angka 100. Namun melihat jumlah *Like* dan komentar tersebut, dapat diartikan bahwa kedua unggahan belum bisa dikatakan berhasil sebagai strategi promosi, sehingga dibutuhkan strategi yang lebih efektif untuk memicu keterlibatan khalayak.

Alur tengah berakhir dengan kegagalan desa wisata Tetebatu menjadi pemenang, berdasarkan sumber radarlombok.co.id Tetebatu gagal memenangkan penghargaan menjadi desa terbaik dunia di ajang *best tourism village by UNWTO*. Dari tiga desa wisata yang mewakili Indonesia di ajang ini, Desa Wisata Ngelanggan Provinsi Yogyakarta berhasil keluar sebagai juara dan menyabet penghargaan di ajang tersebut setelah diumumkan secara daring oleh UNWTO pada Kamis 02 Desember 2021 (radar.lombok.co.id, 2021). segala upaya

promosi telah dilakukan namun yang berhak menentukan pemenang adalah UNWTO, meskipun begitu desa wisata Tete Batu telah dikenal secara internasional. Hasil lomba desa wisata Tete Batu ini tidak ditampilkan dalam postingan Instagram BPPD Lombok Timur. Karena dalam narasi selalu ada proses pemilihan dan penghilangan bagian tertentu dari suatu peristiwa, hal ini berkaitan dengan makna yang ingin disampaikan atau jalan pikiran yang hendak diperlihatkan oleh pembuat narasi (Eriyanto, 2015).

### 3. Alur Cerita Akhir Promosi Desa Wisata Tete Batu Lombok Timur dalam Akun Instagram @bppdlotimofficial

Alur cerita akhir merupakan bagian narasi yang berupaya menghentikan gangguan sehingga keseimbangan (ekuilibrium) tercipta kembali (Eriyanto, 2015). Tahap ini melibatkan usaha untuk mengembalikan keadaan menjadi lebih baik. Pada tahap ini juga telah dilakukan upaya untuk kembali menghadirkan keteraturan. Gangguan atau masalah yang terjadi pada promosi desa wisata Tete Batu selama lomba *best tourism village* telah berhasil diatasi, sehingga keteraturan dapat dipulihkan kembali. Langkah akhir dari proses penyelesaian ini akan membuka jalan bagi persoalan lain, dan ini juga berarti bahwa tahapan berikutnya telah dimulai.

**Tabel 9 Unggahan Kunjungan Sandiaga Uno ke Desa Wisata Tete Batu**

<p>Visualisasi Unggahan</p>	
<p>Tanggal</p>	<p>20 Februari 2022</p>
<p>Caption</p>	<p>“Kedatangan Mentri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Sandiaga Salahuddin Uno) ke Desa Wisata Tete Batu, di Sambut Langsung oleh BUPATI Lombok Timur”                  Manparekraf Sandiaga Uno sore ini sekitar pkl 16:00 tiba di Desa Tete Batu, Kecamatan Sikur. Disambut Musik Tradisional Sasak gedang beleq dan kelentang.                  Sandiaga Uno hadir untuk mensosialisasikan program dan jaringan desa wisata nusantara di desa wisata tete batu yang menjadi salah satu desa wisata unggulan dalam World Tourism Organization                  Acara ini berlokasi di kantor Desa Tete Batu , kemudian Mas Mentri dan rombongannya menuju wisma soedjono dan kemudian berhenti di wisata ulem-ulem.                  Pada kesempatan itu, Sandiaga Uno menyatakan, bahwa Desa Tete Batu ini sebagai contoh bagi desa-desa wisata lainnya.                  #kamenparekraf #sandiagauno #wonderfulindonesia#bppdntb #bppdlotimofficial #disparlomboktimur #hailotim #lombokexplore</p>

Jumlah Like	35 Likes
Komentar	-
Karakteristik	Teks pada <i>caption</i> , gambar, 4 <i>slide</i>

Sumber: Instagram @bppdlotimofficial, 2024

Perlombaan di ajang *World Best Tourism Villages* telah usai, melalui postingan Instagramnya, BPPD Lombok Timur mulai melakukan upaya untuk menciptakan kembali keteraturan promosi desa wisata Tetebatu pasca lomba. Pada tahun berikutnya tepatnya pada 2022 diawali dengan kunjungan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yaitu Sandiaga Uno ke Desa wisata Tetebatu. Hal ini menjadi langkah awal untuk memulai kembali promosi Desa Wisata Tetebatu, sebab dalam kunjungan tersebut Sandiaga Uno mengatakan desa wisata Tetebatu bisa menjadi contoh bagi desa-desa lainnya dalam mengembangkan potensi wisata yang dimiliki, karena telah mampu mewakili Indonesia di ajang *Best Tourism Villages*.

**Tabel 10 Unggahan Video Kunjungan Sandiaga Uno ke Desa Wisata Tetebatu**

Visualisasi Unggahan	
Tanggal	23 Februari 2022
<i>Caption</i>	Kunjungan Menparekraf Sandiaga Uno di Desa Wisata Tetebatu, Kabupaten Lombok Timur. Jangan lupa kunjungi juga @visitlomboktimur untuk melihat destinasi wisata Lombok Timur lainnya. #wonderfulindonesia #pesonaindonesia #kemenparekraf#sandiagauno #insidetetebatu #tetebatuvillage #desawisata #wisata #lomboktimur #disparlomboktimur #lomboksumbawago #bppdntb #bppdlotimofficial
Jumlah Like	21 Likes
Penonton	769 Views
Durasi	7:53
Komentar	2 Komentar
Karakteristik	Video, narasi yang disampaikan tokoh pada video

Sumber: Instagram @bppdlotimofficial, 2024

Salah satu potongan video pada unggahan berdurasi 7.53 detik tersebut, memperlihatkan Sandiaga Uno memberikan apresiasi terhadap produk UMKM yang dihasilkan masyarakat Tetebatu. Meskipun belum berhasil menjadi desa wisata terbaik dunia, produk ekonomi kreatif dapat menjadi salah satu fokus pengembangan untuk

membangkitkan desa wisata dan memulihkan ekonomi pasca pandemi *Covid 19*. Kemudian dalam kesempatan itu, Sandiaga Uno juga mengingatkan di tengah perhelatan MotoGP 2022 yang diselenggarakan di sirkuit Mandalika diharapkan masyarakat dan desa wisata Tetebatu untuk mengambil peluang dengan mempromosikan produk-produk ekonomi kreatif kepada wisatawan.

**Tabel 11 Unggahan Gala Dinner for Welcoming MotoGP 2022 Visistor**

Visualisasi Unggahan	
Tanggal	23 Maret 2022
Caption	Gala Dinner For Welcoming MotoGP 2022 Visistor. 📍 Mountain Resort, Tetebatu Selatan, Lombok Timur. #kemenparekraf #sandiuno #wonderfulindonesia #lomboksumbawago #tetebatu #mountainresort #pesonagumiselaparang #bppdntb #disparlomboktimur #visitlomboktimur #bppdlotimofficial #galadinner #budaya #lomboktimur
Jumlah Like	17 Likes
Penonton	579 Views
Durasi	3:15
Komentar	-
Karakteristik	Video, teks pada video dan <i>caption</i>

Sumber: Instagram @bppdlotimofficial, 2024

Menyambut pernyataan Sandiaga Uno, desa wisata Tetebatu kemudian menggelar makan malam (*Gala Dinner*) untuk menyambut pengunjung yang menginap di desa wisata Tetebatu. Dalam video berdurasi 3.15 detik tersebut memperlihatkan para tamu disuguhi ragam kuliner khas Lombok Timur. Ditampilkan juga ragam kesenian daerah khas Lombok Timur dalam upaya mempromosikan keragaman potensi budaya. Kegiatan ini sebagai upaya yang bertujuan untuk mempererat silaturahmi sekaligus mempromosikan desa wisata Tetebatu dan Lombok Timur ke dunia luar.

**Tabel 12 Unggahan Poster Gathering dan Silaturahmi**

<p>Visualisasi Unggahan</p>	
<p>Tanggal</p>	<p>08 September 2022</p>
<p>Caption</p>	<p>Gathering dan Silaturahmi Influencer dan Pengelola/Pelaku desa wisata Lotim untuk sharing tentang pengelolaan media sosial sebagai media promosi. Kegiatan ini akan diselenggarakan pada hari sabtu tanggal 10 September 2022 mulai dari jam 09.00-12.00 Wita di Kolam Alam Mencerit, Tetebatu, Lotim Link Pendaftarannya ada di bio Ingat KUOTA terbatas!!! #lomboksumbawago #bppdntb #disparlomboktimur #hailotim #insidelombok #laluwiranda #lombokfriendly #andri_duatiga #genpilomboksumbawa #anezdwi #insidesembalun</p>
<p>Jumlah Like</p>	<p>374 Likes</p>
<p>Komentar</p>	<p>7 Komentar</p>
<p>Karakteristik</p>	<p>Teks pada poster, gambar, 2 slide</p>

Sumber: Instagram @bppdlotimofficial, 2024

Upaya untuk mempertahankan eksistensi dan memperkenalkan desa wisata Tetebatu secara lebih luas terus dilakukan. Berdasarkan hasil penelitian, kegiatan lainnya mulai disusun untuk meningkatkan promosi desa wisata Tetebatu, diantaranya yaitu *Gathering* dan silaturahmi *Influencer* dan pengelola atau pelaku desa wisata Lombok Timur untuk *sharing* tentang pengelolaan media sosial sebagai media promosi yang disampaikan melalui unggahan berupa poster.

Sesuai dengan yang disampaikan pada poster tersebut bahwasanya acara ini akan dihadiri oleh *Influencer* dan pengelola/pelaku desa wisata Lombok Timur, maka dapat membuka jalan desa Tetebatu untuk dikenal lebih luas, karena konten-konten yang mereka posting selama berada di kawasan desa Tetebatu, dapat memberikan pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan, sebab interaksi yang terjalin dengan audiens lebih intens. Kegiatan ini mendapatkan respon baik dari *Influencer* dan pengelola/pelaku desa wisata Lombok Timur dengan beragam komentar yang diberikan.

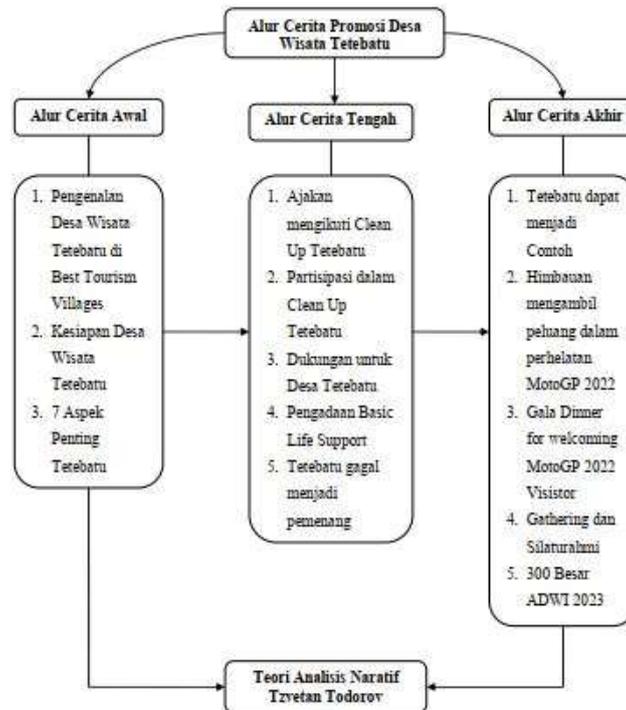
**Tabel 13 Unggahan Pengumuman Desa Wisata Tetebatu sebagai 300 Desa Wisata Terbaik ADWI 2023**

<p>Visualisasi Unggahan</p>	
<p>Tanggal</p>	<p>27 Maret 2023</p>
<p>Caption</p>	<p>300 Besar ADWI 2023 Selamat kepada desa Wisata Tete Batu dan Desa Wisata Loyok sebagai 300 desa wisata terbaik di ajang ADWI 2023. Semoga dengan ini menjadi semangat bagi para Pokdarwis dalam mengembangkan desa wisata. #kemenparekraf_ri #pesonaindonesia #wonderfulindonesia #pesonagumiselaparang #lomboksumbawago#bppdntb #desawisata #adwi2023</p>
<p>Jumlah Like</p>	<p>27 Likes</p>
<p>Komentar</p>	<p>1 Komentar</p>
<p>Karakteristik</p>	<p>Teks pada poster dan <i>caption</i></p>

Sumber: Instagram @bppdlotimofficial, 2024

Sampai pada saatnya melalui unggahan poster tersebut, dikabarkan desa wisata Tetebatu berhasil terpilih menjadi 300 desa wisata terbaik di ajang Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) 2023. Akan tetapi keberhasilan ini bukanlah akhir dari promosi desa wisata Tetebatu. Karena sesungguhnya penyelesaian itu tidak ada, melainkan akhir suatu peristiwa dapat menjadi awal dari kejadian lain, yang pada gilirannya menjadi bagian pendahuluan dari kisah berikutnya (Gorys Keraf dalam Yohandi, 2018).

Hasil yang diperoleh sejalan dengan penelitian sejenis terdahulu yang dilakukan oleh Entika Krisyuliana 2021. Dimana membahas tentang alur informasi yang terdapat dalam akun Instagram @satgascovid19.id, alur cerita yang ditemukan sesuai dengan analisis naratif Tzevetan Todorov. Dimana alur awal terdapat informasi perubahan nama virus *Corona* menjadi *Covid-19*. Alur tengah menjelaskan konflik ketika masyarakat harus menggunakan masker hingga permasalahan ekonomi. Sedangkan alur akhir ditandai dengan diberlakukannya *New Normal* yang menjadi awal dari peristiwa berikutnya dan menjadi alur untuk peristiwa selanjutnya. Alur cerita promosi desa wisata Tetebatu dalam Instagram BPPD Lombok Timur (@bppdlotimofficial) dapat digambarkan sebagai berikut:



Sumber: Hasil Olah Data Penelitian, 2024

**Gambar 3 Alur Cerita Promosi Desa Wisata Tetebatu dalam Instagram BPPD Lombok Timur @bppdlotimofficial**

Berdasarkan hasil analisis, secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa narasi promosi desa wisata Tetebatu dalam Instagram BPPD Lombok Timur membentuk sebuah alur cerita, dimana peristiwa yang diunggah memiliki keterkaitan, peristiwa yang satu menjadi penyebab hadirnya peristiwa selanjutnya. Gagasan Todorov tentang “ekuilibrium” memberi label pada keadaan, sehingga mampu memberikan batasan yang jelas ke dalam tahap-tahap. Melalui analisis naratif menggunakan teori naratif Tzvetan Todorov dapat diketahui pembagian promosi desa wisata Tetebatu ke dalam tiga tahapan alur cerita.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pembagian postingan Instagram @bppdlotimofficial tentang desa wisata Tetebatu ke dalam tahapan-tahapan yang jelas dapat membantu untuk memahami pesan yang ingin disampaikan, serta memudahkan khalayak dalam memahami informasi yang disajikan dan mengikuti alur cerita yang dibangun. Aspek promosi menjadi sangat penting dalam membentuk alur cerita ini, karena membantu menampilkan potensi desa wisata Tetebatu, serta meningkatkan kesadaran dan minat wisatawan terhadap destinasi wisata. Penggunaan narasi yang menarik dan relevan untuk menyampaikan pesan atau cerita di balik postingan dapat

membantu pengguna memahami konten lebih dalam, sehingga tertarik untuk mengikuti alur postingan selanjutnya. Dengan demikian agar alur cerita lebih menarik, pembuat narasi perlu memahami penggunaan struktur tiga babak (awal, tengah, akhir) untuk membantu menulis cerita yang terstruktur dan mudah dipahami. Setiap alur harus memiliki konflik yang meningkat agar dapat membangun konflik yang cerdas dan emosional. Konflik yang baik akan membuat pembaca terlibat dan mengingat cerita promosi desa wisata Tetebatu dalam Instagram @bpdlotimofficial lebih mendalam.

## DAFTAR PUSTAKA

### Book

- Eriyanto. (2015). *Analisis Naratif: Dasar-dasar dan Penerapannya dalam Analisis Teks Berita Media*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nasrullah. Rulli (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

### Electronic (e-book)

- Bahfiarti, T. (2021). *Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Airlangga University Press. <https://books.google.co.id/books?id=5oM8EAAAQBAJ>
- Branston, G., & Stafford, R. (2003). *The Media Student's Book*. Routledge. <https://books.google.co.id/books?id=5kW0XHXHUMcC>
- Judisseno, R. K. (2019). *Branding Destinasi & Promosi Pariwisata*. Gramedia pustaka utama. <https://books.google.co.id/books?id=y7m0DwAAQBAJ>
- Kriyantono, P. R. (2022). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif: Edisi Kedua*. Prenada Media. <https://books.google.co.id/books?id=yrkFEQAAQBAJ>
- Subadar, A. A., Rafli, M., Fauzilah, N., Heus, F. A. A. B., & Anis Nusron, S. E. M. M. (2022). *Why Digital Marketing?* Bintang Semesta Media. <https://books.google.co.id/books?id=BzvdEAAAQBAJ>

### Artikel dari website dengan nama penulis

- Annur, C. M. (2023). *Indonesia Jadi Negara dengan Pengguna Instagram Terbanyak ke-4 di Dunia*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/28/indonesia-jadi-negara-dengan-pengguna-instagram-terbanyak-ke-4-di-dunia> [Diakses 25 Januari 2024].

### Artikel dari website tanpa nama penulis

- radar.lombok.co.id. (2021). *Tete Batu Kalah di Ajang Best Tourism Village 2021 yang Digelar UNWTO*. <https://radarlombok.co.id/tete-batu-kalah-di-ajang-best-tourism-village-2021-yang-digelar-unwto.html> [Diakses 21 Mei 2024]

### Jurnal Online

- Mahendra, B., Communications, M., & Security, G. P. (2017). *Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram*. Jurnal Visi Komunikasi, 16(01), 151–160. [www.frans.co.id](http://www.frans.co.id)
- Wolah, F. F. C. (2016). *Peranan Promosi dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Poso*. No.2. <https://media.neliti.com/media/publications/89736-ID-peranan-promosi-dalam-meningkatkan-kunju.pdf>
- Yohandi. (2018). *Analisis Narasi Toleransi Beragama Dalam Film 99*. 12(2), 307–328.
- Yulianto, H. S., & Pambudi, A. (2019). *Pengembangan Desa Wisata Berbasis Community Based the Development of Tourism Visit Based on Community-Based Tourism*. Journal Student UNY, 1.

### Skripsi

- Krisyuliana, E. (2021). *Informasi Pandemi Covid-19 dalam Akun Instagram (Analisis Naratif Model Tzvetan Todorov di akun Instagram @satgascovid19.id)* [Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto]. [https://eprints.uinsaizu.ac.id/12600/1/EntikaKrisyuliana\\_InformasiPandemiCovid19DalamAkunInstagram%28AnalisisNaratifModelTzvetanTodorovdiAkunInstagram%40satgascovid-19.id.pdf](https://eprints.uinsaizu.ac.id/12600/1/EntikaKrisyuliana_InformasiPandemiCovid19DalamAkunInstagram%28AnalisisNaratifModelTzvetanTodorovdiAkunInstagram%40satgascovid-19.id.pdf)