



## OPTIMALISASI POTENSI TONJONG CANYON DALAM PENGEMBANGAN EKOWISATA BERBASIS MEDIA SOSIAL

### *OPTIMIZING THE POTENTIAL OF TONJONG CANYON IN SOCIAL MEDIA-BASED ECOTOURISM DEVELOPMENT*

**Salwa Azkia<sup>1</sup>, Wulan Mustika Gustiane<sup>2</sup>, Rani Nuraeni<sup>3</sup>, Cahya Darmawan<sup>4</sup>**

Pendidikan Geografi, Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan, Universitas Siliwangi

Email: 242170111005@student.unsil.ac.id<sup>1</sup>\*, 242170111011@student.unsil.ac.id<sup>2</sup>,

242170111032@student.unsil.ac.id<sup>3</sup>, cahya@unsil.ac.id<sup>4</sup>

#### Article Info

##### Article history :

Received : 19-11-2025

Revised : 21-11-2025

Accepted : 23-11-2025

Published : 25-11-2025

#### Abstract

*Tonjong Canyon, located in Nagrog Village, Tasikmalaya Regency, represents a natural tourism destination with significant ecological, geological, and cultural value, yet remains underutilized in terms of sustainable ecotourism development. This study aims to analyze the ecotourism potential of Tonjong Canyon and examine the strategic role of social media in promoting the destination. A descriptive qualitative method was employed, with data collected through observation, interviews, and documentation, supported by triangulation to ensure data validity. The findings reveal that Tonjong Canyon offers distinctive natural attractions, including ancient rock cliffs, clear green river streams, and trekking paths, complemented by local cultural performances such as traditional Sundanese music and kuda lumping. Community participation is evident through tourism services and local product offerings, while the village government plays a facilitative, regulatory, and advocacy role by providing infrastructure, human resource development, and digital promotion support. Social media platforms significantly contribute to destination visibility through visually persuasive content and interactive engagement. However, challenges remain, particularly in infrastructure development, digital promotion management, and community capacity building. The study concludes that integrating community-based tourism principles and optimizing social media strategies can position Tonjong Canyon as a leading sustainable ecotourism destination that harmonizes environmental conservation, cultural preservation, and local economic empowerment.*

**Keywords:** *community-based tourism, ecotourism, social media*

#### Abstrak

Tonjong Canyon di Desa Nagrog, Kabupaten Tasikmalaya, merupakan destinasi alam potensial dengan karakteristik geologi, bentang alam, dan budaya lokal yang khas, namun pemanfaatannya sebagai kawasan ekowisata belum optimal. Penelitian ini bertujuan menganalisis potensi ekowisata Tonjong Canyon serta peran media sosial dalam mendukung pengembangan dan promosi destinasi secara berkelanjutan. Menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kajian ini menekankan triangulasi sumber untuk meningkatkan validitas temuan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tonjong Canyon memiliki daya tarik ekologis berupa tebing batu purba, aliran sungai jernih, dan jalur trekking, yang diperkuat oleh atraksi budaya lokal seperti musik tradisional dan kesenian kuda lumping. Masyarakat berperan melalui penyediaan layanan wisata dan produk lokal, sementara pemerintah desa mendukung melalui alokasi anggaran, regulasi, fasilitas publik, dan promosi digital. Media sosial berkontribusi signifikan dalam meningkatkan visibilitas destinasi melalui konten visual dan interaksi partisipatif. Meski demikian, terdapat tantangan seperti keterbatasan infrastruktur, SDM pariwisata, serta pengelolaan konten digital. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi berbasis



community-based tourism dan pemanfaatan media sosial secara terarah berpotensi menjadikan Tonjong Canyon destinasi unggulan ekowisata berkelanjutan yang mengintegrasikan fungsi konservasi, pemberdayaan masyarakat, dan peningkatan ekonomi lokal.

**Kata kunci: ekowisata, media sosial, pemberdayaan masyarakat**

## **PENDAHULUAN**

Pariwisata menjadi salah satu sektor strategis yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional. Di Indonesia, sektor ini berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan devisa, serta memperkuat identitas budaya dan daya tarik lokal. Dalam konteks global, pariwisata kini tidak hanya dipandang sebagai kegiatan rekreasi, tetapi juga sebagai instrumen pembangunan berkelanjutan Salsabila & Purnomo, (2023). Dalam pengembangan sektor pariwisata, setiap destinasi perlu memiliki daya tarik yang khas dan autentik untuk menimbulkan pengalaman berkesan bagi wisatawan. Konsep pariwisata berkelanjutan menekankan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan agar manfaatnya dapat dirasakan oleh masyarakat dalam jangka panjang. Salah satu bentuk implementasi nyata dari pariwisata berkelanjutan adalah ekowisata, yaitu kegiatan wisata yang berfokus pada pelestarian lingkungan alam dan pemberdayaan masyarakat lokal. Ekowisata dipandang sebagai bentuk perjalanan wisata yang bertanggung jawab terhadap kelestarian lingkungan serta memberikan kontribusi ekonomi dan sosial bagi komunitas setempat Yuliani & Raharjo, (2022).

Ekowisata merupakan bentuk kegiatan pariwisata yang dilaksanakan dengan tanggung jawab terhadap kelestarian lingkungan dan penghormatan terhadap nilai-nilai budaya lokal. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah memberikan pengalaman wisata yang berfokus pada apresiasi terhadap keindahan alam dan kekayaan budaya, sekaligus berkontribusi terhadap upaya konservasi serta peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat. Selain itu, ekowisata berupaya meminimalkan dampak negatif yang mungkin timbul terhadap lingkungan maupun komunitas lokal, dengan menekankan keseimbangan antara pelestarian alam dan pemberdayaan sosial-ekonomi masyarakat sekitar (Purnomo, 2018). Pengelolaan ekowisata perlu dilakukan dengan cara yang berkelanjutan, mengikuti prinsip konservasi alam, membenahi pemberdayaan masyarakat setempat, serta mengedepankan manajemen yang melibatkan partisipasi. Menurut Peraturan Menteri Kehutanan RI P.33/Menhut-II/2009 ekowisata diartikan sebagai kegiatan wisata alam yang mengedepankan unsur pendidikan, konservasi alam, dan dukungan terhadap kesejahteraan masyarakat lokal. Dalam praktiknya, prinsip-prinsip ekowisata diaplikasikan melalui konservasi, pendidikan lingkungan, serta keterlibatan masyarakat lokal secara aktif Altasia, (2021).

Tonjong Canyon terletak di Desa Nagrog, Kecamatan Cipatujah, Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat, merupakan salah satu destinasi wisata alam dengan daya tarik visual yang tinggi. Ciri khasnya antara lain tebing batu purba yang unik, aliran sungai berwarna hijau jernih, jalur trekking alami, serta suasana asri yang menjadikannya sebagai destinasi wisata dengan potensi *hidden gem*. Namun, potensi wisata tersebut belum dioptimalkan secara maksimal. Kondisi ini terlihat dari masih minimnya promosi, keterbatasan aksesibilitas, serta kurangnya fasilitas penunjang yang memadai. Akibatnya, Tonjong Canyon relatif kurang dikenal dibandingkan dengan destinasi wisata alam lainnya di Jawa Barat yang telah lebih dahulu berkembang.



Media sosial seperti Instagram, tiktok, dan youtube kini menjadi kanal promosi yang dapat membentuk citra destinasi melalui konten visual yang menarik dan interaktif Tarji, (2025). Platform digital ini tidak hanya berfungsi sebagai media pertukaran informasi, tetapi juga sebagai alat strategis untuk memperkenalkan produk, jasa, maupun destinasi wisata kepada khalayak yang lebih luas, sebagaimana dikemukakan oleh Lontoh et al. (2020). Hal ini disebabkan banyaknya pengguna di media sosial di Indonesia sehingga menjadi media yang tepat untuk pemasaran tempat ekowisata. Media sosial telah merevolusi pola interaksi, kolaborasi, dan partisipasi individu dalam kehidupan sosial. Melalui media sosial, individu memperoleh kemampuan untuk menyebarkan informasi secara luas serta berperan aktif dalam menggerakkan partisipasi dan aksi kolektif di masyarakat (Shirky, 2017). Selain memperluas jangkauan, media sosial memfasilitasi interaksi dua arah antara pengelola dan calon pengunjung, sehingga meningkatkan keterlibatan masyarakat lokal dalam pengelolaan pariwisata berkelanjutan Setiawati & Pritalia, (2023).

Daya tarik tersebut dapat berasal dari keindahan alam, nilai budaya, maupun keunikan aktivitas wisata yang menjadi ciri pembeda antara satu destinasi dengan yang lain Hasyim et al. (2021). Dengan strategi promosi digital yang relevan dan partisipatif, optimalisasi ekowisata Tonjong Canyon menjadi sangat penting. Harapannya, destinasi ini tidak sekadar menarik wisatawan, tetapi juga menghasilkan manfaat ekonomi, menjaga kelestarian lingkungan, dan memperkuat identitas lokal. Selain itu juga dapat berperan penting dalam membentuk citra destinasi wisata melalui konten visual yang menarik dan interaktif. Promosi berbasis media sosial tidak hanya lebih mudah dibandingkan iklan konvensional, tetapi juga mampu menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Dengan menciptakan citra digital yang positif dan menyediakan konten yang mendidik, Tonjong Canyon dapat menarik perhatian para wisatawan yang peduli terhadap lingkungan dan budaya. Ini juga akan mendorong pengembangan ekowisata berdasarkan prinsip-prinsip keberlanjutan.

Dengan strategi dan implementasi tersebut, optimalisasi potensi ekowisata Tonjong Canyon berbasis media sosial menjadi sebuah urgensi. Fitur ini memungkinkan pengguna memperoleh informasi secara fleksibel serta memastikan keberlanjutan data dalam jangka panjang Putu Henny Puspawati dan Ristanto (2018). Upaya ini diharapkan mampu meningkatkan daya tarik wisata, memperluas akses informasi, serta memperkuat partisipasi masyarakat lokal dalam pengelolaan pariwisata berkelanjutan. Melalui strategi promosi digital yang tepat, Tonjong Canyon berpotensi menjadi destinasi ekowisata unggulan yang tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga menjaga kelestarian lingkungan dan memperkuat identitas lokal.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dalam hal ini peneliti bertindak sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Data ini dikumpulkan dengan menggunakan teknik triangulasi yang menggabungkan observasi, wawancara dan dokumentasi untuk mendapatkan gambaran yang jelas dan akurat. (Sugiono 2017). Penelitian kualitatif deskriptif ini bertujuan untuk mengeksplorasi secara mendalam pengalaman manusia serta memahami makna yang terkandung dalam konteks sosial tertentu.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi tiga metode utama, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi.



### 1. Observasi

Observasi berperan penting dalam penelitian kualitatif karena memberikan gambaran langsung mengenai fenomena yang diteliti. Observasi memungkinkan peneliti untuk mendokumentasikan serta merefleksikan aktivitas dan interaksi subjek penelitian secara sistematis. Dalam konteks penelitian ini, observasi dilakukan terhadap aktivitas promosi dan berbagai kegiatan yang dilaksanakan di Desa Nagrog, Kecamatan Cipatujah, Kabupaten Tasikmalaya.

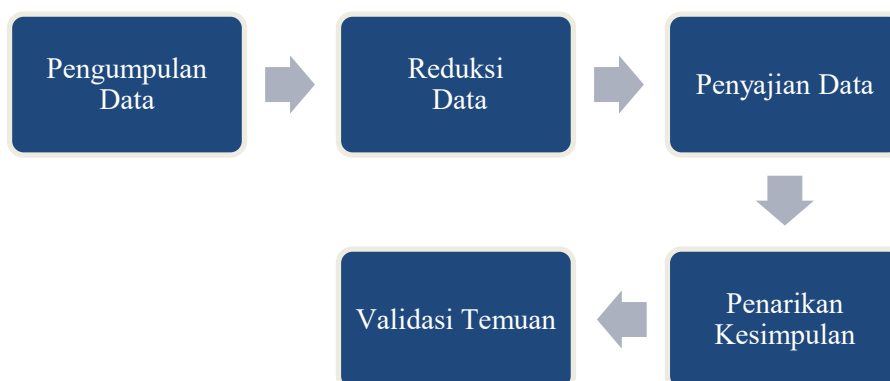
### 2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan melalui interaksi langsung antara peneliti dan responden. Dalam penelitian ini, digunakan wawancara terstruktur, di mana peneliti menyiapkan daftar pertanyaan yang telah disusun secara sistematis sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik ini memungkinkan peneliti memperoleh informasi yang lebih mendalam dan terarah dari narasumber yang relevan dengan topik penelitian.

### 3. Dokumentasi

Metode dokumentasi digunakan sebagai sumber data sekunder guna melengkapi dan memperkuat temuan yang diperoleh melalui wawancara dan observasi. Teknik ini mencakup pengumpulan berbagai dokumen, arsip, catatan, dan data tertulis yang relevan dengan permasalahan penelitian. Penggunaan metode ini bertujuan untuk memperoleh data yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, serta memberikan bukti empiris terhadap hasil penelitian yang diperoleh melalui sumber primer.

Proses analisis ini dilengkapi dengan menggunakan pendekatan interaktif yang berorientasi pada model lima fase analisis data kualitatif.



Gambar 1. Proses Analisis Data Kualitatif Model Miles dan Huberman

Tahap pengumpulan ini bisa dilihat dalam gambar 1. Setiap tahapan saling berkaitan dan dilakukan secara berulang untuk menghasilkan pemahaman yang mendalam terhadap fenomena yang dikaji.

#### 1. Pengumpulan Data

Tahap awal melibatkan pencatatan seluruh hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi secara sistematis dan faktual. Data yang dikumpulkan harus mencerminkan kondisi lapangan secara objektif agar proses analisis selanjutnya dapat dilakukan dengan akurat.



## 2. Reduksi Data

Pada tahap ini, data yang telah diperoleh diseleksi dan disederhanakan untuk memisahkan informasi yang relevan dengan fokus penelitian dari data yang tidak mendukung. Tujuan dari reduksi data adalah agar peneliti dapat lebih fokus dalam menemukan pola dan makna yang terkandung di dalam data.

## 3. Penyajian Data

Data yang telah direduksi kemudian disusun dalam bentuk narasi, tabel, atau diagram guna memudahkan peneliti dalam melihat keterkaitan antar variabel dan pola yang muncul. Tahap ini membantu proses interpretasi data menjadi lebih terarah dan terukur.

## 4. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan diperoleh melalui proses interpretasi terhadap data yang telah disajikan, dengan memperhatikan tema dan hubungan antar kategori. Tahapan ini tidak hanya berfungsi untuk menjawab pertanyaan penelitian, tetapi juga untuk memberikan pemahaman yang lebih luas terhadap fenomena yang dikaji.

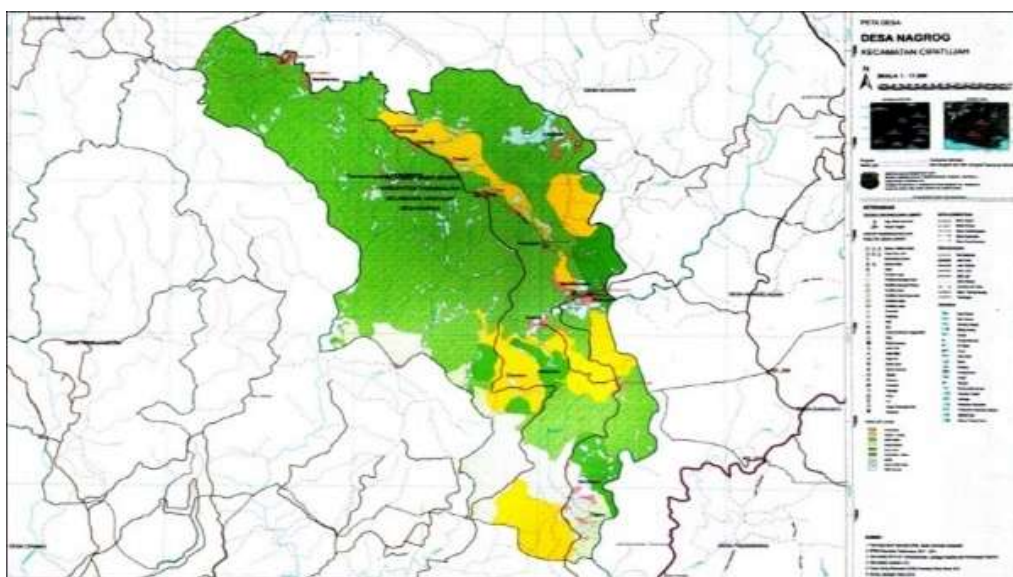
## 5. Validasi Temuan

Tahap terakhir dilakukan dengan meninjau kembali kesesuaian antara hasil analisis dan data mentah guna memastikan keabsahan temuan. Validasi ini juga melibatkan triangulasi sumber data agar hasil penelitian memiliki tingkat keandalan dan kredibilitas yang tinggi.

Dengan mengikuti tahapan tersebut, peneliti dapat memastikan bahwa proses analisis data berlangsung secara sistematis, transparan, dan menghasilkan temuan yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Bingham, 2023).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Potensi Ekowisata Tonjong Canyon



Gambar 2. Peta Lokasi Desa Nagrog



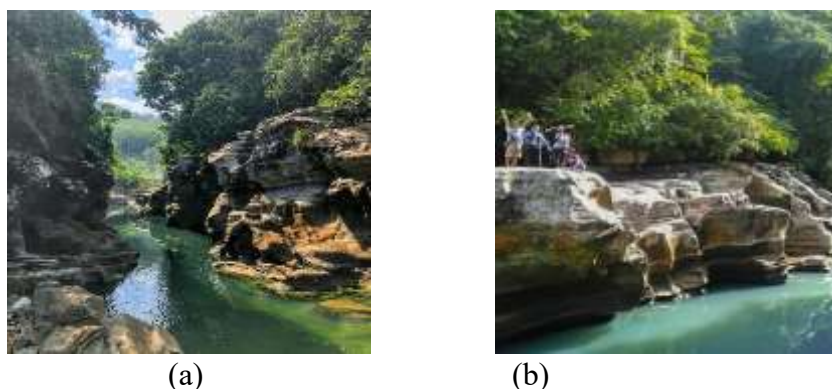
Tonjong Canyon berlokasi di Desa Nagrog, RT 1/RW 1, Tanjungsari, Kecamatan Cipatujah, Kabupaten Tasikmalaya, Provinsi Jawa Barat  $7^{\circ}40'10.0''S$   $108^{\circ}02'00.9''T$ . Kawasan ini merupakan salah satu destinasi wisata alam unggulan di wilayah selatan Tasikmalaya yang memiliki karakteristik alam masih asri dan belum banyak mengalami perubahan akibat aktivitas manusia. Akses menuju lokasi berjarak sekitar 70 kilometer dari pusat kota Tasikmalaya.



Gambar 3 Akses Transportasi Menuju Wisata Tonjong Canyon

Akses ke area wisata terlihat seperti jalan kecil yang dilapisi aspal, membelah wilayah yang dipenuhi tanaman rimbun. Tumbuhan bambu dan semak-semak yang ada dekat jalan menunjukkan bahwa ada sedikit pengelolaan dan perawatan. Ruang yang terbatas dan jalan yang menyempit dapat mengurangi keselamatan bagi para pengguna, terutama saat cuaca tidak mendukung. Keadaan ini mendukung pendapat Nasution (2023) bahwa infrastruktur yang menuju tempat wisata di beberapa daerah masih harus diperbaiki agar lebih aman, nyaman, dan sesuai untuk pengunjung. Namun, keberadaan vegetasi alami yang melimpah di sepanjang jalan ini menunjukkan potensi besar untuk pengembangan ekowisata yang berfokus pada keindahan alam yang terjaga. Meski demikian, lingkungan sekitar yang alami dengan vegetasi lebat memberikan potensi besar bagi pengembangan ekowisata berbasis alam yang berkelanjutan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak pengelola, kawasan ini mulai dibuka untuk umum pada tahun 2017 dan secara resmi ditetapkan sebagai destinasi wisata lokal pada tahun 2025 dengan Surat Keputusan Kepala Desa Nagrog nomor 140/Kep-009/Ds/2020 dan disahkan oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Keunikan utama Tonjong Canyon terletak pada formasi tebing batu cadas yang menjulang membentuk ngarai alami, dikelilingi oleh aliran sungai berwarna hijau kebiruan yang menambah nilai estetika kawasan. Kondisi lingkungan yang alami, seperti tebing batu purba, vegetasi tropis, dan air sungai yang jernih, menunjukkan potensi ekowisata yang berkelanjutan Rachman dan Hani (2017).



Gambar 4. Kondisi Geografis Tonjong Canyon



Namun, promosi destinasi ini masih terbatas banyak kawasan wisata alam di Indonesia belum dikembangkan secara optimal akibat keterbatasan sarana infrastruktur, sumber daya manusia, dan promosi digital Altasia (2021).

Popularitas Tonjong Canyon meningkat setelah kemunculannya dalam program televisi *My Trip My Adventure*, yang menjadi titik awal meningkatnya kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara Mege dan Aruan (2017). Wisatawan dari berbagai negara seperti Jerman, Italia, dan India menunjukkan ketertarikan terhadap pesona tebing batu dan kejernihan aliran sungainya. Kondisi morfologis kawasan yang terdiri atas tebing curam hasil proses erosi air selama ratusan tahun mendukung pengembangan wisata petualangan, seperti *body rafting*, *hiking*, dan *outbond*. Wijaya et al (2021) Penerapan prinsip konservasi dalam pengelolaan ekowisata tidak hanya menjaga keberlanjutan lingkungan, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan ekonomi masyarakat sekitar melalui kegiatan wisata berbasis alam.



(a)



(b)

Gambar 5. Aktivitas Wisatawan

Selain potensi alam, kawasan ini juga menghadirkan potensi budaya lokal yang memperkaya pengalaman wisata. Fasilitas seperti area pertunjukan Suhud Eling, musik tradisional menggunakan suling dan calung, serta atraksi kuda lumping menjadi daya tarik tambahan yang memperkenalkan identitas budaya masyarakat Desa Nagrog. Marveina (2023) menegaskan bahwa integrasi antara elemen budaya dan ekowisata mampu meningkatkan nilai pengalaman wisata sekaligus memperkuat identitas lokal sebagai bagian dari promosi destinasi.



Gambar 7. Bapak Muharom Sedang Memainkan Alat musik Seruling



Dalam aspek fasilitas, Tonjong Canyon telah dilengkapi berbagai sarana pendukung kegiatan wisata, termasuk 15 pasang helm pelampung dan 1 unit kayak untuk aktivitas menyusur sungai. Fasilitas tersebut tidak hanya meningkatkan keselamatan, tetapi juga memperkaya pengalaman petualangan air bagi pengunjung. Selain itu, disediakan gazebo, musholla, dan jalur trekking yang tertata dengan baik sebagai bentuk perhatian terhadap kenyamanan wisatawan Purnama & Raharjo (2023). Strategi pengembangan yang diterapkan mengutamakan keseimbangan antara pemanfaatan potensi alam dan pelestariannya, dengan pendekatan yang menggabungkan wisata petualangan, budaya, dan konservasi. Rahmat (2021) menekankan bahwa dengan strategi tersebut, Tonjong Canyon memiliki potensi besar untuk berkembang sebagai ikon ekowisata unggulan di Kabupaten Tasikmalaya.



(a)



(b)



(c)

Gambar 8. Tempat Beristirahat

Secara keseluruhan, potensi keindahan alam, kekayaan budaya, dan peluang ekonomi menjadikan Tonjong Canyon sebagai destinasi yang sangat prospektif untuk dikembangkan lebih lanjut melalui optimalisasi promosi digital dan media sosial Aliyah et al., (2024). Pemanfaatan platform digital berperan penting dalam memperluas jangkauan informasi, menarik minat wisatawan, serta membangun citra positif kawasan sebagai destinasi ekowisata yang berkelanjutan dan berbasis pemberdayaan masyarakat lokal.

### **Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Daya Tarik Destinasi**

Media sosial berperan penting dalam membentuk citra positif serta meningkatkan daya tarik suatu destinasi wisata. Platform digital seperti Instagram, TikTok, dan YouTube menjadi media efektif dalam penyebaran informasi visual, baik berupa foto, video pendek, maupun ulasan pengalaman wisatawan yang mampu menarik perhatian publik secara cepat dan luas. Jayanti dan Prawiro (2024), user generated content (UGC) atau konten yang dibuat langsung oleh pengguna, memiliki pengaruh besar dalam membangun citra destinasi karena dianggap lebih autentik dan



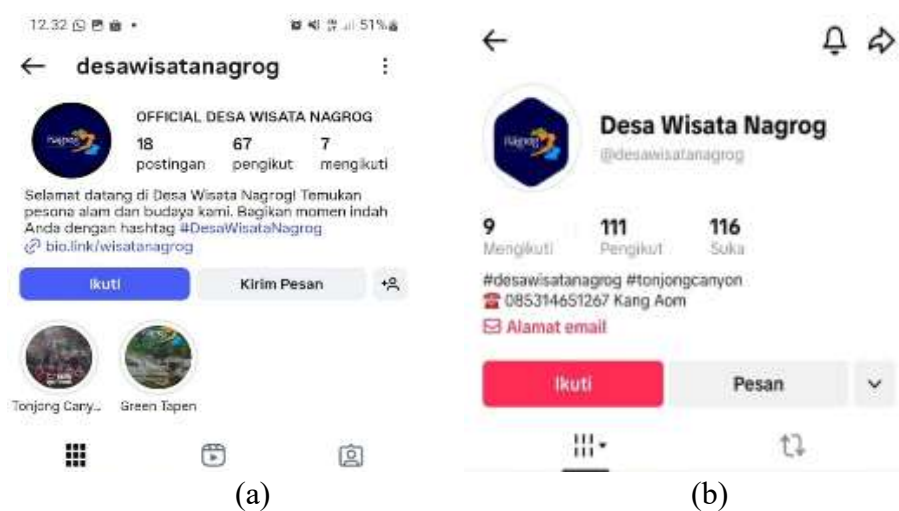


kredibel dibandingkan promosi konvensional. Melalui unggahan dari wisatawan, persepsi terhadap suatu destinasi dapat terbentuk secara organik dan membantu memperluas jangkauan promosi tanpa memerlukan biaya besar.

Selain berfungsi sebagai sarana publikasi, media sosial juga menjadi medium komunikasi dua arah antara pengelola destinasi dan wisatawan. Melalui fitur seperti komentar, pesan langsung, dan tanya jawab, terjalin interaksi yang bersifat personal dan partisipatif. Rohimah dan Hakim (2021) menegaskan bahwa hubungan interaktif tersebut dapat meningkatkan kedekatan emosional serta loyalitas wisatawan terhadap destinasi. Dengan demikian, media sosial bukan hanya sekadar alat promosi, tetapi juga sarana pelayanan informasi dan mekanisme umpan balik publik yang berperan penting dalam peningkatan kualitas layanan pariwisata secara berkelanjutan.

Media sosial memiliki potensi strategis dalam mendukung pengembangan ekowisata, terutama sebagai instrumen edukasi lingkungan. Konten digital yang menampilkan praktik wisata berkelanjutan, kebersihan kawasan wisata, dan kegiatan konservasi alam dapat mendorong kesadaran ekologis wisatawan (Dewi, 2022). Setiawati dan Pritalia (2023) menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat berkontribusi signifikan terhadap peningkatan keterlibatan warga lokal dalam pengelolaan destinasi berkelanjutan. Oleh karena itu, kombinasi antara nilai edukatif dan promosi visual mampu memperkuat posisi Tonjong Canyon sebagai destinasi ekowisata yang ramah lingkungan dan berorientasi pada pemberdayaan masyarakat.

Contoh konkret penerapan strategi digital ini dapat dilihat melalui akun Instagram resmi @desawisatanagrog, yang secara aktif membagikan konten informatif mengenai aktivitas wisata di kawasan Tonjong Canyon. Melalui unggahan yang menampilkan keindahan alam, atraksi budaya lokal, dan interaksi masyarakat setempat, akun tersebut berkontribusi dalam membangun narasi positif mengenai destinasi. Menurut penelitian TalluBali et al. (2025), kekuatan visual dan interaksi aktif di media sosial, khususnya Instagram, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembentukan persepsi positif dan niat berkunjung wisatawan ke destinasi baru.



Gambar 9. Akun Media sosial Desa Wisata Nagrog



Selain berfungsi sebagai media promosi dan edukasi, media sosial juga berperan dalam pelestarian nilai budaya lokal. Platform digital memungkinkan dokumentasi kegiatan seni, tradisi, dan ritual masyarakat sehingga dapat diperkenalkan kepada audiens yang lebih luas. Lustono dan Permatasari (2022), konten digital berbasis budaya tidak hanya memperkuat citra destinasi wisata, tetapi juga memperluas daya tarik berbasis kearifan lokal, serta berperan dalam menjaga keberlanjutan identitas budaya masyarakat setempat

### **Peran Pemerintah Desa dalam Pengembangan Ekowisata Tonjong Canyon**

Pemerintah Desa Nagrog memiliki peran strategis dalam pengelolaan dan pengembangan ekowisata Tonjong Canyon. Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa sejak tahun 2021 pemerintah desa telah mengalokasikan anggaran khusus untuk mendukung kegiatan pariwisata, terutama pada peningkatan infrastruktur jalan, penyediaan sarana-prasarana penunjang, serta penguatan kapasitas sumber daya manusia pelaku wisata. Peran tersebut diwujudkan melalui tiga fungsi utama, yaitu fasilitasi, regulasi, dan advokasi. Dalam konteks fasilitasi, pemerintah desa berupaya menyediakan infrastruktur dasar serta sarana pendukung yang memadai agar kegiatan wisata dapat berjalan optimal. Dari sisi regulasi, pemerintah menyusun kebijakan dan peraturan terkait pengelolaan desa wisata sebagai pedoman pelaksanaan kegiatan wisata berkelanjutan Laksmi et al (2024). Sedangkan pada aspek advokasi, pemerintah desa berperan dalam menjalin koordinasi dengan pemerintah daerah, provinsi, hingga pusat untuk mendapatkan dukungan kebijakan dan anggaran yang lebih luas.

Selain itu, pemerintah desa juga aktif dalam kegiatan promosi destinasi wisata melalui pemanfaatan media sosial, seperti Facebook, TikTok, dan situs web resmi Desa Nagrog. Upaya ini dilengkapi dengan partisipasi dalam berbagai ajang perlombaan desa wisata dan kegiatan promosi pariwisata daerah. Meskipun demikian, promosi yang dilakukan belum sepenuhnya optimal karena belum terdapat unit pengelola khusus yang berfokus pada pengelolaan konten digital. Temuan ini memperkuat pendapat Rahmawati (2020) bahwa keberhasilan promosi wisata digital tidak hanya bergantung pada ketersediaan media sosial, tetapi juga pada konsistensi pengelolaan konten dan strategi pemasaran yang berkelanjutan.



Gambar 10. Informasi Desa Wisata Nagrog



## Peran dan Partisipasi Masyarakat dalam Pengelolaan Ekowisata

Masyarakat Desa Nagrog turut memainkan peran penting dalam mendukung keberlanjutan pengembangan Tonjong Canyon. Berdasarkan hasil wawancara, masyarakat telah terlibat dalam berbagai kegiatan wisata seperti penyediaan jasa transportasi lokal (ojek wisata), penyewaan homestay, penyediaan kuliner lokal, serta berdagang di sekitar kawasan wisata. Partisipasi ini memberikan kontribusi langsung terhadap peningkatan ekonomi masyarakat, terutama saat berlangsungnya kegiatan atau event wisata. Sebagaimana dikemukakan oleh Furidha (2023), keterlibatan aktif masyarakat dalam pengelolaan wisata mampu menumbuhkan rasa memiliki terhadap destinasi dan meningkatkan kesejahteraan lokal secara berkelanjutan.



Gambar 11. Partisipasi Masyarakat dalam Seni Budaya Tonjong Canyon

Namun, tingkat kesadaran sebagian masyarakat terhadap pentingnya menjaga kebersihan, pelestarian lingkungan, dan pemahaman tentang konsep pariwisata berkelanjutan masih tergolong rendah Aini dan Syuraini (2021). Hal ini menunjukkan perlunya peningkatan edukasi dan sosialisasi mengenai manfaat ekonomi, sosial, dan mekanisme pemberdayaan masyarakat berbasis pendidikan lingkungan agar partisipasi warga tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga mengarah pada kepedulian terhadap kelestarian kawasan wisata.

## Kendala dan Tantangan Pengelolaan Ekowisata Tonjong Canyon

Meskipun terdapat kemajuan dalam pengelolaan ekowisata, pengembangan Tonjong Canyon masih menghadapi beberapa kendala utama. Hambatan yang paling dominan adalah keterbatasan anggaran dan infrastruktur yang belum memadai, terutama kondisi jalan menuju kawasan wisata yang masih rusak dan sulit diakses. Selain itu, ketersediaan fasilitas pendukung seperti tempat parkir, toilet umum, dan area istirahat masih terbatas. Di sisi lain, keterbatasan sumber daya manusia dalam hal manajemen wisata dan pengelolaan media promosi digital juga menjadi tantangan tersendiri.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Sari dan Dewi (2021), yang menyatakan bahwa keberhasilan pengembangan desa wisata sangat bergantung pada dukungan infrastruktur, kapasitas sumber daya manusia, dan sinergi antar pemangku kepentingan. Untuk mengatasi kendala tersebut, diperlukan strategi kolaboratif antara pemerintah desa, pengelola, dan masyarakat melalui peningkatan pelatihan, alokasi anggaran berkelanjutan, serta kerja sama lintas lembaga dengan sektor swasta dan akademisi.



## Rencana Pengembangan Berkelanjutan

Sebagai langkah strategis dalam memperkuat pengelolaan destinasi wisata, Pemerintah Desa Nagrog telah merancang rencana jangka panjang yang berorientasi pada peningkatan kapasitas dan kualitas tata kelola Tonjong Canyon sebagai destinasi ekowisata unggulan. Fokus utama dari rencana ini mencakup peningkatan aksesibilitas dan amenities wisata, pengembangan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi di bidang pariwisata, serta penyusunan kebijakan yang adaptif dan sejalan dengan regulasi pengelolaan desa wisata. Pendekatan ini mencerminkan penerapan prinsip *community-based tourism* (CBT), di mana masyarakat lokal diposisikan sebagai aktor utama dalam pengelolaan, pengambilan keputusan, dan pengembangan kegiatan wisata secara partisipatif (Syarifah & Rochani, 2021). Selain itu, pemerintah desa berupaya memperkuat citra Tonjong Canyon melalui strategi promosi berbasis digital yang memanfaatkan media sosial dan teknologi informasi. Penggunaan platform digital menjadi sarana efektif dalam memperluas jangkauan promosi, membangun citra destinasi (*destination branding*), serta meningkatkan daya saing pariwisata lokal di tengah dinamika industri pariwisata modern Widarmanti (2023). Strategi ini sekaligus membuka ruang partisipasi masyarakat dalam kegiatan promosi dan pengelolaan wisata yang lebih inklusif, kolaboratif, dan berkelanjutan. Dengan pengelolaan yang terarah, dukungan kebijakan yang konsisten, serta keterlibatan aktif masyarakat, Tonjong Canyon diharapkan mampu menjadi model ekowisata berkelanjutan yang memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan secara seimbang bagi masyarakat Desa Nagrog.

## SIMPULAN

Tonjong Canyon menunjukkan potensi luar biasa untuk ekowisata, berkat pesona alam yang meliputi tebing batu, aliran sungai yang jernih, jalur trekking alami, dan budaya lokal yang kaya seperti pertunjukan musik tradisional dan kuda lumping. Untuk memaksimalkan potensi ini, strategi promosi melalui media sosial dapat diterapkan. Ini akan membantu menciptakan citra baik, menjangkau lebih banyak orang, dan meningkatkan keterlibatan masyarakat setempat. Peran pemerintah desa sebagai pengatur, pendukung, dan penghubung sangat penting dalam menyediakan infrastruktur, memperkuat kemampuan sumber daya manusia, dan merumuskan kebijakan untuk pengelolaan pariwisata yang berkelanjutan. Selain itu, partisipasi komunitas Desa Nagrog dalam menawarkan layanan wisata, makanan, dan tempat tinggal juga memberi dampak positif bagi ekonomi setempat, meskipun penting untuk terus meningkatkan pemahaman mengenai perlindungan lingkungan dan konsep pariwisata yang berkelanjutan. Tantangan yang dihadapi melibatkan keterbatasan dana, infrastruktur yang kurang memadai, dan manajemen promosi digital yang belum maksimal. Dengan menerapkan prinsip pariwisata berbasis masyarakat, memperkuat kemampuan pengelola, dan menggunakan media sosial untuk edukasi serta promosi, Tonjong Canyon bisa menjadi destinasi ekowisata terkemuka yang seimbang antara keuntungan ekonomi, perlindungan lingkungan, dan penguatan identitas lokal. Penelitian di masa depan bisa fokus pada pengembangan model promosi digital yang lebih kreatif serta mengevaluasi dampak keterlibatan masyarakat terhadap keberlanjutan ekowisata.

## DAFTAR PUSTAKA

Aini, W., & Syuraini. (2021). *Public awareness of eco-tourism conservation in Air Manis Beach, Padang*. Digital Press Social Sciences & Humanities, 7, Article 00021. <https://doi.org/10.29037/digitalpress.47411>



- Adji, B. (2023, 12 13). Menjadikan Green Canyon Destinasi Wisata Berkelanjutan. Diambil kembali dari Republika: <https://www.republika.id/posts/48913/menjadikan-greencanyon-destinasi-wisata-berkelanjutan>
- Akbar, R. (2023). Peran media sosial dalam peningkatan daya tarik wisata berbasis komunitas di era digital. *Jurnal Komunikasi dan Pariwisata*, 5(2), 77–88. <https://doi.org/10.32528/jkp.v5i2.437>
- Aliyah, K., Kisworo, B., Miraj, S., & Gupta, S. (2024). *The effect of digital marketing through social media and tourism attractiveness on visitor interest*. *JPPM (Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 11(1), 26–38. <https://doi.org/10.21831/jppm.v11i1.72327>
- Altasia. (2021). Penerapan prinsip ekowisata di Indonesia. *Jurnal ALTASIA* <https://journal.uib.ac.id/index.php/altasia/article/download/6758/2520>
- Bastias, J. A. E. C. (2019). Community-based tourism and social sustainability: A reflection from Chile. *Sustainability*, 11(19), 5343. <https://doi.org/10.3390/su111953436>
- Bingham, A. J. (2023). From Data Management to Actionable Findings: A Five-Phase Process of Qualitative Data Analysis. *International Journal of Qualitative Methods*, 22, 1–11. <https://doi.org/10.1177/16094069231183620>
- Creswell, J. W. (2015). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Dewi, N. M. (2022). Pemasaran digital dalam pengembangan destinasi wisata: Studi kasus pada Desa Wisata Nglanggeran. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 8(1), 25–36. <https://doi.org/10.36275/jip.v8i1.452>
- Furidha, L. (2023). Pendekatan deskriptif kualitatif dalam penelitian sosial: Studi kasus di bidang pariwisata. *Journal of Multidisciplinary Research*, 6(2), 115–127. <https://journal.jfpublisher.com/index.php/jmr/article/download/443/869/5290>
- Handayani, S., Kartini, R., & Utami, L. (2024). Dampak pariwisata terhadap ekonomi dan budaya lokal di Indonesia. *Jurnal Pembangunan Sosial*, 10(2), 144–157. <https://ejournal.upi.edu/index.php/jps/article/view/12085>
- Jandris. (2024, 12 10). Destinasi Wisata Berkelanjutan "Green Canyon" Ecotourism Berbasis Green Lifestyle. Diambil kembali dari Kompasiana: [https://www.kompasiana.com/jandris\\_sky/6757261b34777c0c017b0192/destinasi-wisataberkelanjutan-green-canyon-ecotourism-berbasis-greenlifestyle](https://www.kompasiana.com/jandris_sky/6757261b34777c0c017b0192/destinasi-wisataberkelanjutan-green-canyon-ecotourism-berbasis-greenlifestyle)
- Jayanti, E. W., & Prawiro, J. W. (2024). Analisis peran media sosial terhadap wisata di Agrowisata Gunung Mas Bogor. *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan*. <https://journal.pubmedia.id/index.php/pjpp/article/download/3319/3260>
- Kia, Z. (2022). Ecotourism in Indonesia: Local community involvement and the affecting factors. *Journal of Governance and Public Policy*, 8(2), 77–90. <https://doi.org/10.18196/jgpp.v8i2.10789>
- Laksmi, A. A. M. I., Panjaitan, S., Jayadi Pandiangan, J., & Napitupulu, S. P. (2024). *The role of village government in the development of sustainable tourism villages in Indonesia*. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 6(1), 44–58. <https://doi.org/10.36709/jpm.v6i1.21649>
- Lontoh, J. K., Tumbel, A. L., & Kawet, R. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bagi Pengembangan Pemasaran Wisata Danau Linow Di Kota Tomohon. *Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi*, 8(4), 11–2 <https://doi.org/10.35794/emba.v8i4.30435>



- Lustono, L., & Permatasari, K. D. (2022). Pengaruh Media Sosial, Akseibilitas, Fasilitas, Event Pariwisata, dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Wisatawan di Desa Wisata Pagak, Banjarnegara. *Medikonis*, 13(1), 41–52. <https://doi.org/10.52659/medikonis.v13i1.53>
- Marveina, F. (2023). Penerapan Pariwisata Berkelanjutan Sebagai Upaya Pengembangan Desa Wisata (Studi Kasus Desa Wisata Lerep). *Jurnal Penelitian*, 10(1), 45-60. <https://doi.org/10.29040/jie.v7i2.12651>
- Mege, S. R., & Aruan, D. T. H. (2017). The impact of destination exposure in reality shows on destination image, familiarity, and travel intention. *ASEAN Marketing Journal*, 9(2), 91–104. <https://doi.org/10.21002/amj.v9i2.9248>
- Nasution, R. K. A., Emrizal, & Elyanta, M. (2023). *Potential natural tourism area in supporting the Asahan Go Wisata program (Case of Asahan River Rapids Tour, Asahan Regency)*. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 2(1), 45–52. <https://jurnal-stiepari.ac.id/index.php/nawasena/article/download/520/546>
- Peraturan Menteri Kehutanan Republik Indonesia Nomor P.33/Menhut-II/2009 tentang Pedoman Pengembangan Ekowisata di Kawasan Hutan.
- Purnama, F., & Raharjo, B. (2023). Pariwisata Berkelanjutan Sebagai Upaya Penguatan Destinasi Pasca Pandemi di Desa Ekowisata Pancoh Sleman Yogyakarta. *Jurnal Pariwisata*, 28(2), 152-166. <https://doi.org/10.30647/jip.v28i2.1695>
- Purnomo, A. M. (2018). Pemberdayaan sosial dalam pengembangan ekowisata di Pekon Kiluan Negeri, Kabupaten Tanggamus, Provinsi Lampung. *Jurnal Kesejahteraan Sosial*, 2(02), 110-121. <https://doi.org/10.31326/jks.v2i02.155>
- Putu Henny Puspawati, D., & Ristanto, R. (2018). Strategi Promosi Digital Untuk Pengembangan Pariwisata Kota Magelang. *Jurnal Jendela Inovasi Daerah*, 1(2), 1–20. <https://doi.org/10.56354/jendelainovasi.v1i2.14>
- Rachman, E., & Hani, A. (2017). The Potential of Vegetation Species Diversity for Ecotourism Development at Nature Reserve of Panjalu Lake. *Jurnal Wasian*, 4(1), 01-10. <https://doi.org/10.62142/p709jn56>
- Rahmat, K. D. (2021). Konsep Pariwisata Berkelanjutan dalam Pelestarian Cagar Budaya. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 5(1). <https://jurnal.ugm.ac.id/jpt/article/download/58505/32174>
- Rahmawati, D. (2020). Pemanfaatan media sosial sebagai strategi promosi pariwisata berbasis masyarakat. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 4(1), 55–67. <https://doi.org/10.31294/jkm.v4i1.10234>
- Rohimah, R., & Hakim, A. (2021). Media sosial sebagai strategi promosi destinasi wisata di era digital. *Jurnal Komunikasi dan Industri Kreatif*, 6(1), 45–59. <https://doi.org/10.25077/jkik.v6i1.314>
- Romadhan, A. F., & Nugroho, S. M. S. (2021). Integrasi atraksi alam dan buatan dalam pengembangan destinasi wisata berkelanjutan. *Jurnal Pariwisata dan Destinasi*, 3(2), 75–84. <https://doi.org/10.31315/jpd.v3i2.4215>
- Salsabila, I., & Purnomo, D. (2023). Pariwisata berkelanjutan di Indonesia: Tinjauan konseptual dan tantangan implementasi. *Jurnal Sosial Humaniora dan Pariwisata*, 7(1), 13–25. <https://doi.org/10.31219/osf.io/aj72x>



- Sari, N. P., & Dewi, K. A. (2021). Peran pemerintah desa dalam pengelolaan desa wisata berbasis masyarakat. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 15(2), 89–101. <https://doi.org/10.31098/jki.v15i2.2431>
- Setiawan, B., Handoko, E., & Ramadhani, A. (2023). Sustainability practices in Indonesia's ecotourism development. *Jurnal Manajemen dan Inovasi Pariwisata*, 9(2), 101–120. <https://journalcenter.org/index.php/jempper/article/view/4132>
- Setiawan, B., Pratama, H., & Lestari, P. (2022). Pengelolaan Ekowisata Berbasis Masyarakat di Green Canyon Pangandaran. *Jurnal Pariwisata Berkelanjutan*, 10(1), 22-38.
- Setiawati, R., & Pritalia, G. L. (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi sektor pariwisata. *Konstelasi*. <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/konstelasi/article/download/7255/3284>
- Shirky, C. (2017). *Here comes everybody: The power of organizing without organizations*. Penguin Books.
- Sholihah, M., & Saadatirohmi, S. A. (2022). The Role of Village Government in the Development of Tourism Villages in Tempos Village West Lombok Regency Indonesia. *Jurnal Pariwisata Nusantara (JUWITA)*, 1(3), 256–263. Universitas Islam Negeri Mataram. <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/juwita>
- Smesta, B. L., Khadijah, U. L. S., & Pamungkas, K. (2025). Peran Pemerintah Desa dalam Pengembangan Desa Wisata Nagrog, Kecamatan Cipatujah, Kabupaten Tasikmalaya. *Jurnal Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, 3(1), 78–90. <https://doi.org/10.59581/jmpp-widyakarya.v3i1.4653>
- STiPRAM. (2024, 06 19). *Pariwisata Berkelanjutan: Pengertian dan Prospek Kerja*. Diambil kembali dari STiPRAM: <https://stipram.ac.id/146-pariwisata-berkelanjutan-pengertiandan-prospek-kerja.html>
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhman, R. (2024). Peran Masyarakat Lokal dalam Pengelolaan Destinasi Ekowisata Green Canyon. *Jurnal Pemberdayaan Komunitas*, 8(1), 12-25.
- Syarifah, N., & Rochani, S. (2021). Model community-based tourism dalam pemberdayaan masyarakat desa wisata berkelanjutan. *Jurnal Pariwisata dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(2), 87–99. <https://doi.org/10.34013/jppm.v4i2.287>
- TalluBali, A. R., Limbongan, M. E., & Ronal, M. (2025). Peran Media Sosial dalam Peningkatan Kunjungan Wisatawan di Wisata Sa'dan To Barana. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 9(1). <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/16688>
- Tarji, M. A. (2025). Peran media sosial TikTok dalam pemasaran pariwisata di Indonesia. *Jurnal Penelitian Ilmu Pariwisata*. <https://jurnalilmiah.ici.ac.id/index.php/jpip/article/download/578/205>
- Tsabita, M. A. (Di Akses 2025, 03 21). *Bagaimana Ekowisata Berkelanjutan di Indonesia Meningkatkan Konservasi Alam dan Ekonomi Lokal? Diambil kembali dari UGM ONLINE*: <https://mooc.ugm.ac.id/bagaimana-ekowisata-berkelanjutan-di-indonesiameningkatkan-konservasi-alam-dan-ekonomi-lokal/>
- Tarji, M. A. (2025). Peran media sosial TikTok dalam pemasaran pariwisata di Indonesia. *Jurnal Penelitian Ilmu Pariwisata*. <https://jurnalilmiah.ici.ac.id/index.php/jpip/article/download/578/205>



- 
- Tsabita, M. A. (Di Akses 2025, 03 21). Bagaimana Ekowisata Berkelanjutan di Indonesia Meningkatkan Konservasi Alam dan Ekonomi Lokal? Diambil kembali dari UGM ONLINE: <https://mooc.ugm.ac.id/bagaimana-ekowisata-berkelanjutan-di-indonesiameningkatkan-konservasi-alam-dan-ekonomi-lokal/>
- Wijaya, P., Lontoh, A., & Sabila, F. (2021). Pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan ekowisata berkelanjutan di Indonesia. *Jurnal Ekowisata dan Konservasi*, 3(2), 101–112. <https://ejournal.uns.ac.id/index.php/ekowisata/article/view/2149>
- Widarmanti, T., & Nugraha, M. R. (2023). *The influence of social media marketing on destination image and visit intentions (Study on Belitar Seberang Tourism Village)*. *Jurnal Humaniora & Sosial*, 1(2), 45–60.\* <https://journal.unpak.ac.id/index.php/jhss/article/view/8818>
- Yuliani, R., & Raharjo, M. (2022). Peran masyarakat dalam pengelolaan ekowisata di kawasan konservasi. *Jurnal Ekowisata Indonesia*, 2(3), 112–127. <https://ejournal.unpak.ac.id/jurnal-ekowisata>