

# PELATIHAN BERBASIS INTERNET DENGAN MEMANFAATKAN PERAN SOSIAL MEDIA DALAM MEMPROMOSIKAN POTENSI DESA-DESA WISATA DI KABUPATEN KUTAI KARTANEGARA, PROPINSI KALIMANTAN TIMUR



Muhammad Fauzan Noor<sup>1</sup>, Dini Zulfiani<sup>2</sup>

<sup>1</sup> POLNES, Samarinda

<sup>2</sup> UNMUL, Samarinda

Email: [m.fauzan\\_noor@polnes.ac.id](mailto:m.fauzan_noor@polnes.ac.id)

## ABSTRAK

Kabupaten Kutai Kartanegara, telah membentuk 14 Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS), yang ada pada desa-desa wisata dan tersebar di beberapa kecamatan. Desa-desa tersebut mempunyai konsep pengembangan desa wisata alam, budaya, bahari (pantai) dan juga agro, sehingga sangat menarik untuk melakukan beragam aktivitas wisata.

Desa-desa tersebut sangat membutuhkan sumber daya manusia yang terlatih dalam memberikan pelayanan kepada para wisatawan. Namun kualitas sumber daya yang ada masih perlu ditingkatkan, mereka pun belum memahami dalam menjelaskan dan memberi petunjuk tentang potensi kepariwisataan yang ada, apalagi dalam hal promosi. Warga masyarakatnya kurang menyadari bahwa desa mereka mempunyai potensi kepariwisataan namun mereka belum memanfaatkannya untuk dapat memberikan dampak ekonomi secara optimal. Ada 8 POKDARWIS terpilih yang patut mendapatkan pelatihan ini. Pelatihan ini melibatkan 2 peserta dari setiap anggota kelompok sadar wisata.

Seiring dengan perkembangan teknologi, media sosial merupakan sarana yang paling banyak diminati saat ini untuk menyampaikan ide, gagasan, data maupun informasi. Demikian juga halnya dengan promosi. Diharapkan Sumber Daya Manusia yang ada di desa-desa wisata tersebut dapat menguasai tehnik dalam membuat media sosial dan menggunakannya sebagai sarana promosi daerahnya sehingga diharapkan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan. Target / luaran dari hasil yang diinginkan yakni agar dapat menjadi tenaga pemasaran yang handal dalam mempromosikan potensi obyek dan daya tarik wisata yang ada melalui media sosial, serta akan tersedianya paket wisata yang terpadu sehingga dapat dengan mudah menawarkan atau memasarkan produk paket tersebut kepada calon pengunjung.

Solusi yang ditawarkan adalah dengan memberikan pelatihan tehnik membuat akun beberapa jenis media sosial sehingga mereka dapat menawarkan program paket wisata dan atraksi yang ada. Kemudian memberikan pelatihan teori – teori promosi beserta aspek-aspek yang mendukung proses pemasaran. Selanjutnya peserta mencoba mempraktekkan penggunaan media sosial yang telah dibuat dengan langsung memasarkannya ke khalayak umum. Pada pelatihan ini kami mengundang perwakilan dari akademisi dan praktisi IT untuk menjadi pemateri tamu dalam menjelaskan pembelajaran seputar teori dan tehnik promosi melalui media sosial.

**Kata kunci:** Pelatihan, Tehnik Promosi, Media Sosial, Pemasaran Produk

## PENDAHULUAN

Bentuk dari pariwisata kerakyatan adalah pariwisata pedesaan, yang didorong oleh pemerintah dengan tujuan diversifikasi pendapatan pada masyarakat dan mempertahankan kelestarian lingkungan melalui pariwisata pedesaan masyarakat akan memperoleh keuntungan ekonomi, baik secara langsung maupun tidak langsung misalnya melalui penyediaan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh wisatawan. Dalam usaha mengembangkan pariwisata inilah masyarakat dituntut untuk menampilkan produk wisata yang bervariasi, diantaranya dengan menampilkan produk wisata yang sesuai dengan permintaan dan keinginan wisatawan.



Kelompok Sadar Wisata atau yang lebih dikenal dengan POKDARWIS adalah merupakan sekelompok masyarakat yang peduli dengan potensi wisata yang ada di daerah mereka. Dibentuk oleh organisasi perangkat daerah, dalam hal ini Dinas Pariwisata sebagai mitra pemerintah dalam mengangkat potensi wisata yang ada di pedesaan. POKDARWIS sangat berperan penting dalam melakukan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan kepariwisataan dan berpengaruh terhadap tingkat perekonomian masyarakat di desa tersebut. Namun demikian Sumber daya Manusia (SDM) masih belum optimal karena itulah masyarakat terutama POKDARWIS membutuhkan mitra dari akademisi agar dapat memberikan pelatihan yang diharapkan, dan mendukung kegiatan sesuai dengan program – program yang telah dirancang oleh POKDARWIS tersebut.

Kebutuhan akan sumber daya manusia yang terlatih dalam memasarkan produk-produk wisata akan berperan bagi desa wisata tersebut. Saat ini sudah ada berbagai media sosial yang sangat berperan, baik untuk, penyampaian berita dan informasi maupun sebagai alat pemasaran. Namun warga desa belum mempunyai pengetahuan yang cukup dalam menggunakan media sosial tersebut.

Berdasarkan hal tersebut diatas, maka dibutuhkan suatu pelatihan khusus bagi masyarakat desa tersebut mengenai pembuatan media sosial sebagai sarana promosi bagi desa mereka dengan harapan mereka dapat menggunakannya untuk dapat memasarkan produk-produk wisata yang dikemas dalam paket wisata sehingga diharapkan nantinya akan meningkatkan kunjungan wisatawan ke desa tersebut. Kegiatan program pengabdian kepada masyarakat ini ialah mengajarkan metode tehnik membuat sosial media yang berbasis produk unggulan wisata dan memasarkannya melalui media sosial yakni berupa *facebook*, *Instagram* dan *youtube* sebagai suatu kemasan atraksi wisata yang menarik.

Sasaran dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada desa wisata ini ialah Kelompok Sadar Wisata lainnya yang berada di Kabupaten Kutai Kartanegara, ada delapan (8) POKDARWIS yang bersedia turut serta menjadi peserta dari pelatihan ini diantaranya adalah :

1. Kelompok Sadar Wisata Jahitan Layar, Kutai Lama, Kecamatan Anggana
2. Kelompok Sadar Wisata Merah Putih, Sanga-Sanga Dalam, Kecamatan Sanga-Sanga
3. Kelompok Sadar Wisata Pantai Biru Kersik, Kecamatan Marang Kayu
4. Kelompok Sadar Wisata Dewi Karya, Kedang Ipil, Kecamatan Kota Bangun
5. Kelompok Sadar Wisata Jonok Ngan, Kuala Samboja, Kecamatan Samboja.
6. Kelompok Sadar Wisata Keraton Etam, Lebaho Ulaq, Kecamatan Muar Kaman
7. Kelompok Sadar Wisata Rindu Kampung Tuha, Jembayan, Kecamatan Loa Kulu.
8. Kelompok Sadar Wisata Pesona Pangempang, Tanjung Limau, Kecamatan Muara Badak

Permasalahan yang kami dapatkan dari hasil kunjungan kami melalui observasi langsung dan wawancara kepada para pengurus POKDARWIS bahwa desa-desa wisata ini membutuhkan program pelatihan pemasaran wisata, yakni promosi produk mereka baik yang berupa objek maupun atraksi wisata melalui media sosial, sehingga membutuhkan mitra dari para akademisi khususnya di bidang Ilmu Pengetahuan Teknologi (IPTEK) dan pariwisata yang mempunyai korelasi yang tepat dalam mengatasi permasalahan tersebut.

Ke delapan POKDARWIS yang mengikuti pelatihan ini merupakan desa wisata yang ada di Kabupaten Kutai Kartanegara perlu mengatasi masalah-masalah yang ada agar dapat dengan benar mengimplementasikan arti dari desa wisata yang sesungguhnya, maka untuk itu perlunya mengatasi permasalahan. Dari analisis situasi yang telah dikemukakan di atas bahwa:

Sumber Daya Manusia yang ada sebagian besar belum mampu memasarkan produk wisata mereka dengan baik dan benar, tentang potensi kepariwisataan kepada masyarakat luar.

Mereka belum maksimal dalam mempromosikan potensi kepariwisataan yang ada baik itu berupa objek dan atraksi wisata maupun produk unggulan lainnya seperti souvenir atau cinderamata khas yang mengangkat kearifan lokal desa mereka. sehingga tehnik memasarkan via media sosial belum



terarah dan tepat, sehingga belum berdampak maksimal terhadap perkembangan perekonomian desa dan tingkat kunjungan wisatawan, untuk itulah dibutuhkan pembelajaran Teknik memasarkan melalui internet berbasis sosial media sesuai dengan karakteristik potensi yang ada.

Belum tertatanya program paket wisata yang akan disuguhkan kepada wisatawan secara baik, sehingga perlu diarahkan agar menjadi atraksi wisata yang menarik keinginan wisatawan

Warga masyarakatnya kurang menyadari bahwa desa mereka mempunyai potensi kepariwisataan namun mereka belum memanfaatkan kedatangan para wisatawan agar dapat memberikan dampak ekonomi secara optimal.

Atas dasar permasalahan tersebut diatas, maka rumusan masalah yang akan diangkat adalah:

1. Bagaimana melatih SDM di desa Sumber untuk membuat, mengerti dan memahami peranan media sosial ?
2. Bagaimana membuat dan mendesain konsep pemasaran produk wisata yang ada di desanya melalui media sosial

## **METODOLOGI**

Metode kegiatan yang ditawarkan ialah memberikan tehnik dasar pelatihan pembuatan beragam media sosial dengan membuat akun kelompok Sadar Wisata dan menyusun program pembuatan paket wisata sebagai suatu kemasan atraksi wisata yang akan di *upload* ke media sosial yang telah dibuat. Adapun tahapan kegiatan yang dilaksanakan adalah sebagai berikut:

1. Memberikan pelatihan teoritis di dalam ruangan seputar pengertian media sosial, macam dan jenis media sosial yang ada.
2. Memberikan pelatihan teoritis tentang tehnik pemasaran yang berbasiskan elektronik (E-Tourism Marketing).
3. Melaksanakan praktik langsung pembuatan media sosial pada komputer ataupun laptop masing-masing peserta seperti *Facebook, Youtube, Instagram, Twitter*, termasuk memaksimalkan peranan *Google* sebagai mesin pencari data atau informasi. Mengundang pemateri tamu dari tenaga pengajar IT (Informasi dan Teknologi) yang bersertifikasi baik dari akademisi maupun praktisi.
4. Penyusunan program pembuatan paket wisata sebagai suatu kemasan atraksi wisata yang nantinya akan di pasarkan melalui media Sosial yang sudah dibuat.
5. Memberikan pelatihan tehnik untuk pemasaran secara online melauai media sosial tersebut, agar dapat menarik keinginan wisatawan

Metode Pendekatan yang akan dilaksanakan untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi adalah dengan memberikan pelatihan secara teori dahulu oleh pemateri, lalu memberikan kesempatan kepada masing-masing peserta untuk praktek membuat akun dengan pada setiap media sosial yang diajarkan. Peserta mendesain jenis paket wisata untuk atraksi dan daya tarik yang ada untuk di *upload* ke media sosial yang telah mereka buat.

Diharapkan peserta dapat berpartisipasi dengan mengikuti kegiatan dari awal hingga akhir dengan membawa perlengkapan seperti laptop atau *notebook* dan *mouse*. Setiap peserta diharapkan akan menghasilkan karya promosi berupa akun media sosial yang akan digunakan sebagai media pemasaran berbasis online (E-Tourism Marketing)

## **PEMBAHASAN**

Pelatihan ini dilaksanakan selam 2 hari yakni 15 – 16 September 2017, yang bertempat di lantai 3 ruang rapat Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara. Pelatihan ini dimulai dengan sambutan dari ketua panitia yang menyampaikan tentang dasar diadakannya pelatihan ini serta proses kegiatan hingga terlaksananya acara ini, kemudian sambutan yang kedua disampaikan oleh ibu Sri Wahyuni selaku Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara sekaligus dengan resmi membuka acara ini.



Tepat jam 10 acara ini dimulai dengan beberapa paparan materi yang disampaikan, antara lain yakni:

1. Pengantar Sosial Media
  - a. Sejarah Sosial Media
  - b. Marketing Sosial media
  - c. Sosial media pariwisata
2. Branding Wisata
  - a. Definisi Branding
  - b. Branding tempat wisata
3. Konten Sosial Media
  - a. Editing Cover Social Media
  - b. Editing Post Picture Social Media
4. Praktek Membuat Sosial Media
  - a. Membuat Fanspage Facebook
  - b. Pengaturan Fanspage Facebook
  - c. Facebook Ads
  - d. Membuat Instagram
  - e. VLOG Sosial Media

Peserta pelatihan ini diikuti oleh delapan kelompok sadar wisata yang mana setiap kelompok diwakili oleh 2 orang dengan total jumlah peserta 16 orang, mayoritas dari mereka masih berusia muda dan memahami teknologi serta jaringan internet. Hal ini diharapkan sangat memahami daya serap peserta tentang materi yang disampaikan serta pada saat pelaksanaan praktek.

Sebelum pelatihan dimulai, para peserta diberikan soal pretest yakni menguji tingkatan pengetahuan peserta terhadap materi yang akan disampaikan. Adapun manfaat dari diadakannya pretest adalah untuk mengetahui kemampuan awal para peserta mengenai materi yang akan disampaikan. Sehingga akan dapat menentukan cara penyampaian materi. Demikian pula setelah selesai kegiatan pelatihan, para peserta kembali diberikan posttest dengan soal yang sama dengan maksud apakah mereka sudah mengerti dan memahami mengenai materi yang baru saja diberikan pada hari itu. Dengan tujuan untuk memperoleh gambaran tentang kemampuan yang dicapai setelah berakhirnya penyampaian pelajaran. Hasil post test ini dibandingkan dengan hasil pretest sehingga akan diketahui seberapa jauh efek atau pengaruh dari pengajaran yang telah dilakukan, disamping sekaligus dapat diketahui bagian mana dari materi pelatihan yang masih belum dipahami oleh sebagian besar peserta.

Setelah program ini selesai dilaksanakan, maka harapan yang ingin dicapai adalah setiap peserta pelatihan dapat memaksimalkan peran media sosial sebagai media melakukan promosi secara Online atas potensi desa wisata mereka dengan mengajukan beragam paket-paket wisata yang ada serta atraksi dan daya tarik yang akan disuguhkan kepada pengunjung. Dengan harapan Tingkat kunjungan wisatawan akan meningkat sehingga dapat berdampak pada ekonomi dan kesejahteraan anggota kelompok Sadar Wisata khususnya dan masyarakat desa-desa wisata pada umumnya. Target/Luaran yang ingin dicapai dari pelatihan ini antara lain adalah :

1. Menjadikan Sumber Daya Manusia sebagai pelaku kepariwisataan mengerti dan dapat memasarkan produk pariwisata yang ada kepada wisatawan dengan baik dan benar melalui media sosial.
2. Dapat menjadi tenaga pemasaran yang handal.
3. Tersedianya paket wisata yang terpadu sehingga dapat dengan mudah menawarkan atau memasarkan produk paket tersebut melalui media sosial.
4. Meningkatnya kesadaran warga tentang potensi kepariwisataan yang ada di desanya, bukan hanya dari pengurus dan anggota POKDARWIS, tetapi juga seluruh masyarakat desa Sumber Sari, sehingga diharapkan nantinya dapat memberikan dampak ekonomi bagi kesejahteraan seluruh warga masyarakat desa.



Sedangkan manfaat dari kegiatan pengabdian ini antara lain :

1. Peningkatan Sumber Daya Manusia dari warga desa menjadi lebih berkualitas
2. Para anggota kelompok dapat memberikan pelayanan yang maksimal kepada wisatawan, sehingga diharapkan kepuasan wisatawan yang datang berkunjung akan tercapai.
3. Meningkatkan hasil ekonomi dari penjualan paket wisata melalui media sosial yang berkenaan dengan pertanian, perikanan, peternakan, perkebunan, dan kehutanan melalui wisata edukasi kepada wisatawan.
4. Mampu meningkatkan kesejahteraan seluruh warga desanya dari dampak ekonomi yang dihasilkan dari potensi kepariwisataan yang dimiliki.

## **KESIMPULAN**

Ilmu Pengetahuan yang akan di transfer kepada masyarakat di 8 desa tersebut adalah berupa pembelajaran teori oleh tim tentang konsep dan tehnik dalam membuat sosial media di dalam ruangan, kemudian meminta para peserta mencoba untuk mempraktekkannya dengan memasarkan produk-produk paket wisata yang mereka punya melalui akun media sosial yang sudah mereka buat.

Demikian pula dengan penyusunan program pembuatan paket wisata, mengajarkan para anggota POKDARWIS untuk menginventarisir terlebih dahulu potensi objek dan atraksi wisata yang layak dijual. Kemudian memasukkannya ke dalam skala prioritas produk pemasaran, lalu menyusun daya tarik wisata yang ada menjadi paket wisata yang terpadu dan terintegrasi dengan fasilitas yang ada, sarana dan prasarana juga sebagai kebutuhan yang nantinya diinginkan wisatawan.

Setelah itu mengajarkan kepada para anggota untuk menggunakan media pembelajaran bagaimana tehnik menyusun brosur yang baik serta melatih mereka agar terbiasa menggunakan sosial media dan memanfaatkannya sebagai strategi pemasaran atau menginformasikannya secara *on line*.

## **DAFTAR PUSTAKA**

<http://ganditama-doc.blogspot.co.id/2014/03/definisi-pre-test-dan-post-test.html>

Morrison, A. M. (2002). *Hospitality and Travel Marketing* (3rd Edition ed.). New York: Delmar.

Nuriata. (2014). *perencanaan & Pelaksanaan Perjalanan Wisata*. Bandung: ALFABETA.

Suyitno. (2005). *Pemandu Wisata (Tour Guide)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Suyitno. (2001). *Perencanaan Wisata*. Yogyakarta: Kanisius.

Yoeti, O. A. (2001). *Tours and Travel Management*. Cetakan Keenam. Bandung: PT.Angkasa.