

Pembinaan Optimalisasi Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Di Kampung Tematik Di Desa Sumberdem Kabupaten Malang

¹⁾Rikardus Kurnia Lango*, ²⁾Irfan Agung Purnomo, ³⁾Agung Winarno³

^{1,2,3)}Magister Manajemen, Universitas Negeri Malang, Malang, Indonesia

Email Corresponding: rikardus.kurnia.2204138@Students.um.ac.id

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Digital Marketing Media sosial Kampung Tematik Paket wisata Desa Sumberdem	Desa Sumberdem adalah desa yang berlokasi pada kabupaten Malang. Desa ini Memiliki potensi wisata kampung tematik dengan persebaran 7 kampung tematik. Desa sumberdem memerlukan adanya suatu wadah untuk mempromosikan desa, dan harus memiliki Standart untuk manajemen wisata yang ada. Pemanfaatan teknologi juga masih belum dilakukan dengan baik sehingga warga desa masih melakukan promosi kampung wisata secara manual. Selain itu belum tersusunnya Standart Operasional Prosedur sebagai penunjang pengelolaan kampung tematik. Metode kegiatan ini diawali dengan melakukan observasi lapangan, selanjutnya yaitu sosialisasi pemanfaatan sosial media yang bertujuan untuk membentuk wadah promosi dengan membentuk soisal media desa wisata. Selanjutnya pembuatan paket wisata juga menambah daya tarik wisatawan untuk berkunjung pada desa sumbersem serta penyusunan Standart Operasional Prosedur. Pada akhir kegiatan dilaksanakan launching sosial medi Instagram dan TikTok desa wisata Sumberdem. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa sudah terciptanya media sosial sebagai media promosi dari kampung tematik desa Sumberdem, Terunggahnya konten – konten promosi yang kreatif dan menarik yang dapat menjadi perhatian masyarakat luas, Tersusunnya paket – paket wisata sebagai instrumen promosi wisata kampung tematik, serta tesusunnya Standart Operasional Prosedur untuk menunjang pengelolaan dari kampung Tematik yang ada di Desa Sumberdem Kabupaten Malang.
	ABSTRACT
Keywords: Marketing Digital Social Media Thematic Village Tour Packages Sumberdem Village	Sumberdem Village is a village located in Malang district. This village has the potential for thematic village tourism with a distribution of 7 thematic villages. Sumberdem Village needs a platform to promote the village, and must have existing standards for tourism management. The use of technology is also not yet done well so that village residents still promote tourist villages manually. Apart from that, Standard Operating Procedures have not been prepared to support the management of thematic villages. The method of this activity begins with conducting field observations, followed by socializing the use of social media which aims to form a promotional forum by forming social media for tourist villages. Furthermore, making tour packages also increases the attraction of tourists to visit Sumbersem village as well as preparing Standard Operating Procedures. At the end of the activity, the social media Instagram and TikTok launch of the Sumberdem tourist village was carried out. The results of the service show that social media has been created as a promotional medium for the thematic village of Sumberdem village, creative and interesting promotional content has been uploaded that can attract the attention of the wider community, the preparation of tour packages as an instrument for thematic village tourism promotion, and the development of Standard Operational Procedures to support the management of thematic villages in Sumberdem Village, Malang Regency.
	This is an open access article under the CC-BY-SA license.
	

I. PENDAHULUAN

Kabupaten Malang merupakan salah satu wilayah yang berada di Provinsi Jawa Timur. Kabupaten Malang memiliki 378 desa. Setiap desa memiliki potensi – potensi yang dimiliki untuk dikelola menjadi baik sehingga dapat mensejahterakan masyarakat di desa setempat. Desa Sumberdem merupakan salah satu desa yang terletak di Kabupaten Malang. Desa yang berada di Kecamatan Wonosari ini memiliki berbagai macam potensi yang dapat dikelola lebih lanjut. Desa Sumberdem memiliki kampung tematik sebagai potensi wisata yang dapat dikembangkan.

Desa Sumberdem memiliki 7 kampung tematik yaitu Kampung Kopi, Kampung Bunga, Kampung Ternak, Kampung Rosella, Kampung Lemon, Kampung Toga, dan Kampung KRPL. Masing – masing kampung tematik di desa Sumberdem memiliki ciri khas dan produk unggulan tersendiri. Kampung tematik ini memiliki potensi sebagai objek wisata baru di wilayah Kabupaten Malang.

Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik yang Datang ke Kabupaten Malang Tahun 2010 - 2019

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Domestik	Jumlah
2010	4 187	1 938 066	1 942 253
2011	9 983	2 101 822	2 111 805
2012	29 504	2 014 105	2 043 609
2013	33 226	2 517 248	2 550 474
2014	80 792	3 170 575	3 251 367
2015	99 873	3 554 609	3 654 482
2016	129 663	5 719 881	5 849 544
2017	108 485	6 395 875	6 504 360
2018	100 234	7 072 124	7 172 358
2019	70 184	7 979 645	8 049 829

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Malang

Gambar 1 Jumlah Wisatawan Domestik dan Mancanegara di Kabupaten Malang Tahun 2010-2019

Berdasarkan data di atas, jumlah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Provinsi Malang mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Namun jumlah kunjungan wisatawan mengalami penurunan pada tahun 2020 hingga 2022 akibat pandemi virus corona. Pasca peralihan masa epidemi, kunjungan wisatawan ke Provinsi Malang meningkat meski tidak signifikan. Kabupaten Malang sedang mengalami peningkatan pariwisata sehingga menjadi peluang bagi Desa Sumberdem untuk memperkenalkan desa bertema tersebut kepada masyarakat luas.

Penggunaan sosial media dapat dipakai untuk memperkenalkan kampung tematik mereka kepada masyarakat luas. Penggunaan sosial media dapat dimanfaatkan untuk membuat konten – konten menarik, publikasi informasi paket wisata, serta pedoman wisata yang nantinya dapat diketahui oleh masyarakat yang akan berkunjung ke kampung tematik yang ada di desa Sumberdem. Kampung tematik dibangun mempunyai tujuan yang positif utamanya ialah membuat area rumah tinggal warga penduduk lebih bermutu serta lebih tenteram tidak hanya pula dapat menaikkan kesejahteraan masyarakat nya (Charolin, dkk: 2020). Promosi pariwisata dengan memakai media sosial Instagram ialah perihal yang menarik untuk peneliti, sebab yang umumnya pemerintah melaksanakan promosi pariwisata dengan menghadiri negara- negara serta kota- kota jarak jauh dengan bayaran yang besar saat ini bisa dicoba dengan mengunggah gambar ataupun video yang bisa menarik turis buat tiba melancong ke Indonesia tanpa wajib menghasilkan bayaran yang banyak serta menghabiskan banyak waktu, sebab dengan koneksi Internet seluruh bisa terjalin dalam waktu kurang dari satu menit. Saat ini instagram tidak hanya digunakan sebagai fasilitas pemuas kebutuhan hiburan saja, tidak hanya sebagai media sosial yang banyak diminati, Instagram juga merupakan media sosial yang memiliki kesempatan besar dalam aktivitas bisnis (Puspitarini, dkk: 2019). Namun berdasarkan temuan peneliti di lapangan, pihak desa belum melakukan upaya untuk memanfaatkan media sosial secara maksimal untuk menonjolkan nama desa yang bertemakan Desa Sumberdem.

Berdasarkan pantauan media sosial, saat ini hanya ada media sosial di desa yang khusus menyoroti Desa Kopi. Di sisi lain, belum ada upaya yang dilakukan untuk mempromosikan desa bertema selain Kampung Kopi melalui media sosial. Pemasaran sudah menjadi permasalahan khas bagi UMKM di Indonesia, termasuk desa tematik (Raharjo, dkk: 2022). Pemasaran produk sangatlah penting. Hal ini meningkatkan popularitas produk dan permintaan terhadap produk tersebut terus meningkat (Kinanti: 2019). Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis berupaya untuk memberdayakan masyarakat dalam memanfaatkan media sosial sebagai media periklanan yang dapat mengharumkan nama desa tema Desa Sumberdem. Pemberdayaan membekali warga negara dalam bentuk sumber daya, peluang, pengetahuan, dan keterampilan untuk meningkatkan kapasitas diri dalam menentukan masa depannya serta berpartisipasi dan mempengaruhi kehidupan masyarakat sipil itu sendiri (Syarifa, dkk.: 2019).

Bersumber pada permasalahan dan alternatif pemecahan yang bisa dicoba, hingga tim aktivitas pengabdian membagikan pengarahan, pelatihan serta pendampingan kepada pelakon UMKM Desa Sumberdem terpaut dengan pemakaian media sosial buat pemasaran produk. Tujuannya merupakan buat tingkatkan uraian serta keahlian pelakon UMKM dalam mengoperasikan serta mengelola media sosial selaku fasilitas pemasaran, sehingga bisa memudahkan aktivitas usaha khususnya dalam perihal transaksi serta kenaikan jumlah konsumen.

II. MASALAH

Berdasarkan permasalahan yang ditemukan yaitu masih belum adanya pemanfaatan teknologi dan masih kurangnya pengetahuan tentang pengelolaan aplikasi sosial media dan belum tersedianya sosial media yang mewadahi dari 7 kampung tematik. Permasalahan selanjutnya adalah belum adanya paket wisata, paket perjalanan menjadi sebuah faktor penting didalam sebuah pemasaran. Permasalahan selanjutnya adalah belum adanya Standart Operasional Prosedur (SOP) yang dapat menunjang tata Kelola manajemen pariwisata desa.



Gambar 2. Observasi Permasalahan

III. METODE

Metode yang dilakukan didalam pembinaan ini diantara lain : diskusi membahas mengenai potensi yang ada pada desa Sumberdem, terdapat tiga tahapan yang dilakukan dengan berbagai tahapan.

Tahapan Persiapan.

Secara tindak teknis, pada bagian ini memungkinkan tim untuk melakukan koordinasi dengan pihak desa, pada tahapan awal tim menyiapkan segala keperluan alat dan bahan. Tim mempersiapkan materi tentang digital marketing. Pembuatan sosial media yang mengampu semua potensi desa tematik yang terletak pada desa Sumberdem. Koordinasi dengan pihak desa terkait perihal paket wisata yang akan ditawarkan.

Tahap Pelaksanaan.

Sosialisasi tentang bagaimana cara pemanfaatan media sosial direncanakan November 2023. Kegiatan ini melibatkan mahasiswa dengan perangkat desa setempat. Pelaksanaan sosialisasi diharapkan dapat mengoptimalkan peran media sosial sebagai saluran promosi desa tematik. Sosialisasi dilaksanakan dengan cara tanya jawab perihal materi pemanfaatan media Instagram dan TikTok sebagai media perluasan informasi desa wisata. Serta pembuatan beberapa konten yang akan disajikan pada media sosial.



Gambar 3. Pembuatan konten sosial media

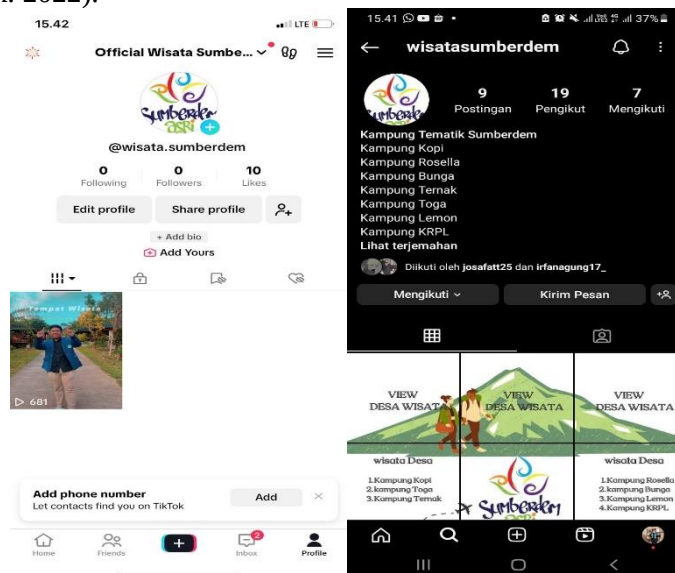
Tahap Evaluasi.

Tim melihat perkembangan jalannya konten pada media sosial Instagram dan TikTok. Diskusi tentang berkelanjutan paket wisata dengan pemerintah setempat, mana paket wisata yang dirasa cocok untuk dipakai didalam desa tematik. Monitoring yang akan dilakukan oleh tim Mahasiswa didalam memantau jalannya konten pada media sosial yang sudah dibuat. Kegiatan ini diharapkan bisa menambah wisatawan yang akan hadir di desa Sumberdem.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan kegiatan pendampingan yang dilakukan, penulis dan tim mendeskripsikan hasil yang dicapai selama pelaksanaan pendampingan di desa Sumberdem Kabupaten Malang sebagai berikut:

1. Terciptanya akun sosial media di Instagram dan Tiktok yang mengangkat 7 kampung tematik yang ada di Desa Sumberdem Kabupaten Malang. Dengan adanya media sosial Instagram dan Tiktok yang mengangkat nama 7 desa tematik, maka dapat dimanfaatkan sebagai penunjang untuk promosi serta dapat memperkenalkan kampung tematik yang ada di Desa Sumberdem. Sehingga dengan memanfaatkan teknologi sebagai media promosi, Desa Sumberdem juga mengikutiperkembangan zaman dengan menerapkan digitalisasi sebagai media penunjang kampung tematik mereka. Digitalisasi pada awalnya merupakan salah satu bentuk teknologi informasi yang dapat diartikan sebagai pengubahan informasi dalam berbagai bentuk, baik berupa teks, foto, atau video, menjadi media digital.(Murti, dkk: 2022).



Gambar 4. Sosial Media desa Sumberdem

2. Terpublikasinya konten – konten promosi untuk mempromosikan 7 kampung tematik untuk menarik

minat masyarakat luas. Aplikasi media sosial seperti Instagram dan Tiktok dapat dimanfaatkan untuk membagikan konten – konten menarik tentang kampung tematik yang berada di Desa Sumberdem. Pemanfaatan media sosial ini diharapkan dapat menaikkan nama – nama kampung tematik yang ada di desa Sumberdem, Memasarkan produk – produk unggulan masing – masing dari kampung tematik, serta dapat menarik minat wisatawan. Pemanfaatan media digital akan membantu lebih mengembangkan industri pariwisata. Selain itu, media digital kini banyak digunakan oleh masyarakat umum untuk memperoleh informasi yang mereka butuhkan (Rahayu, 2022).

3. Sudah tersedia paket – paket wisata beserta harganya sebagai upaya untuk meningkatkan pengelolaan kampung tematik di Desa Sumberdem. Selain pemanfaatan media sosial untuk media promosi di kampung tematik Desa Sumberdem, penyusunan paket – paket wisata juga sangat penting, karena paket wisata ini merupakan salah satu instrument pemasaran yang dapat menarik wisatawan. Paket – paket wisata ini sudah tersusun dari harga paket, rencana perjalanan, fasilitas yang ada di paket, serta nama – nama objek yang akan dikunjungi. Seluruh paket wisata ini sudah termasuk dengan pemandu wisatanya.
4. Tercapainya publikasi kegiatan pendampingan promosi kampung tematik di Desa Sumberdem melalui media masa. Kegiatan ini juga tidak lupa untuk di publikasikan ke media massa karena publikasi ke media massa juga sebagai bahan untuk membuat laporan kegiatan pendampingan di Desa Sumberdem Kabupaten Malang.
5. Tersusunnya Standart Operasional Prosedur sebagai pedoman untuk pengelolaan kampung tematik menjadi lebih baik. Penyusunan Standart Operasional Prosedur juga tidak kalah penting selain mempromosikan kampung tematik melalui media sosial. Standart Operasional Prosedur disusun supaya pengelolaan pariwisata kampung tematik lebih tertata, terstruktur, dan sistematis. Dengan adanya Standart Operasional Prosedur ini, seluruh elemen masyarakat di Desa Sumberdem dituntut untuk berperan penting dalam pengelolaan yang baik terhadap pariwisata untuk menaikkan nama baik kampung tematik tersebut. Para perangkat desa juga disarankan untuk menerapkan Pariwisata Berbasis Komunitas (CBT) karena setiap tema kampung tematik ini merupakan gambaran dari suatu wilayah di Desa Sumberdem. Pariwisata berbasis komunitas (CBT) bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap potensi sumber daya alam dan kearifan lokal sebagai tujuan wisata. Inti dari konsep CBT adalah partisipasi masyarakat, pembagian kekuasaan, dan proses kolaboratif antara masyarakat dan pemerintah (Muliawati, dkk: 2020).
6. Tercapainya publikasi jurnal di jurnal pengabdian masyarakat melalui Penyusunan jurnal pendampingan serta publikasi jurnal merupakan luaran terakhir yang dibuat selain publikasi kegiatan di media massa.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pendampingan yang sudah dilaksanakan, dapat ditarik kesimpulan bahwa peningkatan pengetahuan tentang pengelolaan media sosial dapat berfungsi untuk memperkenalkan wisata yang ada pada desa. Dengan adanya pemanfaatan media sosial secara efektif dapat meningkatkan *insight* kepada para pengguna sosial media yang lain yang sudah melihat konten yang tertera di akun kampung tematik desa Sumberdem. Perencanaan paket wisata, merupakan salah satu faktor penting untuk memperkenalkan rencana perjalanan 7 kampung tematik, sehingga dapat menambah jumlah pengunjung desa wisata yang berada di desa Sumberdem. Penyusunan Standart Operasional Prosedur juga tidak kalah penting sebagai penunjang tata Kelola manajemen wisata, dan mempermudah untuk pengawasan dari sektor tata tertib, pembagian hasil pemasukan tiket wisata serta mempermudah untuk mengatur pelaksanaan dilapangan.

Berdasarkan pendampingan yang dilakukan oleh tim, diharapkan mampu memberikan dampak positif bagi pihak atau tim desa. Dukungan pendamping pembuatan sosial media kampung tematik, diharapkan mampu memberikan dampak yang signifikan kepada kampung tematik. Kemudian pihak desa mampu mengubah cara pemasaran dari yang lama ke yang baru dengan penggunaan teknologi digital khususnya penggunaan media sosial, melalui pembuatan media sosial seperti TikTok dan instagram. Pemasaran kampung tematik sudah menggunakan media sosial mampu menjangkau pasar yang lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan Terima kasih kepada Ibu Purwati sebagai Kepala Desa Sumberdem, Bapak Hadi sebagai pengelola Kampung Tematik di Desa Sumberdem, serta pihak perangkat desa yang tidak bisa

disebutkan satu per satu. Penulis juga mengucapkan Terima kasih kepada Prof. Agung Winarno, M.Si., sebagai dosen pembimbing dalam pelaksanaan pembinaan di Desa Sumberdem.

DAFTAR PUSTAKA

- Charolina, O., Faridah, F., Supawanhar, S., & Romdana, R. (2020). Upaya Peningkatan Perekonomian Keluarga Melalui Implementasi Kampung Tematik Di Kelurahan Padang Nangka Kecamatan Singaran Pati Kota Bengkulu. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Raflesia*, 3(2), 385–392. <https://doi.org/10.36085/jpmbr.v3i2.949>
- Kinanti, A. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Kampung Tematik (Studi Kasus Kampung Tahu Tempe Gumregah di Kelurahan Lamper Tengah, Kota Semarang). *Ilmu Pemerintahan FISIP UNDIP*, 8(02), 21–30. <https://kisahsemarang.blogspot.co.id/2017/09/kampung-tempe-di-lamper-tengah-viii.html>.
- Lumanauw, N. (2020). Perencanaan Paket Wisata Pada Biro Perjalanan Wisata Inbound (Studi Kasus Di Pt. Golden Kris Tours, Bali). *Journal Ilmiah Hospitality*, 9(1), 1–12. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIH/article/view/26>
- Muliawanti, L., & Susanti, D. (2020). Digitalisasi Destinasi sebagai Strategi Pengembangan Promosi Pariwisata di Kabupaten Magelang. *Warta ISKI*, 3(02), 135–143. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v3i02.53>
- Murti, D. C. W., Kusumastuti, Z. R., Handoko, V. S., & Wijaya, A. B. M. (2022). Peningkatan Digitalisasi Pariwisata di Wilayah Desa Purwoharjo, Kulon Progo. *Jurnal Atma Inovasia*, 2(1), 14–19. <https://doi.org/10.24002/jai.v2i1.5395>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House) Dinda. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Raharjo, K., & Andini, R. (2022). Meningkatkan pendapatan warga kampung tematik melalui pelatihan marketing online. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 3(1), 319–322. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v3i1.342>
- Rahayu, S. (2022). Aplikasi “ Kepri Travel Gate ” Sebagai Strategi Dalam Pengembangan Industri Pariwisata 4 . 0 Kota Batam Di Era Digitalisasi. 1(1), 194–209.
- Syahputra, H. S., & WIjaya, R. (2022). Pembangunan Jaringan Hotspot Berbasis Mikrotik pada Kampung Tematik di Kecamatan Padang Utara. *Majalah Ilmiah UPI YPTK*, 29(1), 60–66. <https://doi.org/10.35134/jmi.v29i1.108>
- Syarifa, N. H., & Wijaya, A. (2019). Partisipasi Masyarakat dalam Kegiatan Pemberdayaan melalui Program Kampung Tematik (Studi Kasus di Kampung Batik Kelurahan Rejomulyo Kecamatan Semarang Timur Kota Semarang). *Solidarity: Journal of Education, Society and Culture*, 8(1), 515–531.