

Tantangan Transformasi Digital Bagi Budaya dan Potensi Daerah “Cakap Tips dan Trik Membuat Konten Promosi Wisata”

¹Kadek Riyan Putra Richadinata, ²A. A. Ngurah Bagus Aristayudha, ³I Gusti Ngurah Mayu,
⁴Ni Luh Putu Surya Astitiani, ⁵Vitalia Fina Carla Rettobjaan, ⁶Ni Made Widnyani

¹²³⁴⁵⁶Universitas Bali Internasional, Denpasar, Bali, Indonesia

Email: rianputra@iikmpbali.ac.id

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRAK

Kata Kunci:

Transformasi Digital
Budaya
Konten
Promosi
Wisata

Transformasi Digital hadir mengubah pandangan masyarakat dalam melakukan perjalanan wisata. Kehadiran dan kemajuan teknologi ini menuntut masyarakat untuk ikut aktif mengembangkan Desa Wisata menggunakan teknologi. Kehadiran media sosial dalam dunia pariwisata sangat memudahkan bagi wisatawan mendapatkan informasi secara lengkap baik tentang penginapan, harga masuk suatu objek wisata, transportasi, serta kuliner dan hiburan yang dapat dinikmati. Kehadiran promosi digital memberikan perubahan sehingga memudahkan kunjungan wisatawan baik dari mancanegara maupun domestik untuk memperoleh informasi. Metode yang digunakan dalam program pengabdian ini pelaksanaannya dilakukan dengan beberapa urutan diantaranya : menyusun protokol kesehatan untuk pengabdian, melakukan survei lokasi dan menganalisa permasalahan serta menyusun pertemuan dengan perangkat desa dan pemaparan materi yang disampaikan. Kegiatan yang dilakukan memberikan edukasi dan pelatihan Cakap Tips dan Trik Membuat Konten Promosi Wisata, pembuatan konten melalui platform digital ini dapat memudahkan masyarakat desa adat untuk mempromosikan objek wisata di desa adat setempat.

ABSTRACT

Keywords:

Digital Transformation
Culture
Content
Promotion
Travel

Digital Transformation is here to change people's views on travel. The presence and progress of this technology requires the community to actively participate in developing Tourism Villages using technology. The presence of social media in the world of tourism makes it very easy for tourists to get complete information about lodging, entrance prices for a tourist attraction, transportation, as well as culinary and entertainment that can be enjoyed. The presence of digital promotions makes changes to make it easier for tourists to visit both foreign and domestic to obtain information. The method used in this service program is carried out in several sequences including: compiling health protocols for community service, conducting site surveys and analyzing problems and arranging meetings with village officials and presentation of the material presented. The activities carried out provide education and training for Cakap Tips and Tricks for Creating Tourism Promotion Content, creating content through this digital platform can make it easier for traditional village communities to promote tourist attractions in the local traditional village.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini semakin cepat, perubahan ini terjadi pada semua sektor yang ada di Indonesia, hal ini terlihat di banyak sektor yang mulai berkembang dengan diperkenalkannya teknologi. Saat ini, banyak UKM, perusahaan besar, dan pemerintah menjadikan teknologi sebagai salah satu perubahan

yang dilakukan organisasi mereka. Dalam pemerintahan, jelas bahwa teknologi berperan dalam meruntuhkan birokrasi yang rumit dan mendekatkan akses kemasyarakatan. Bagi perusahaan, teknologi memainkan peran yang lebih penting. Teknologi tampaknya menjadi dasar paling mendasar untuk inovasi, terutama untuk bisnis digital. Namun, proses implementasi teknologi atau seringkali transformasi digital, sebagai suatu perubahan, menghadapi beberapa tantangan. Berikut adalah beberapa tantangan yang dihadapi proses transformasi digital diantaranya adalah budaya. Kultur atau budaya merupakan tantangan yang mau tidak mau menjadi hambatan pertama dalam proses transformasi digital.

Tantangan Transformasi Digital Bagi Budaya dan Potensi Daerah, terkait tantangan budaya di era digital dan bagaimana memanfaatkan transformasi digital untuk memperkenalkan budaya lokal desa adat setempat melalui media digital juga dapat menggali, serta mengenalkan potensi desa adat setempat, sehingga dapat berdampak positif bagi desa adat kedepannya. Kebudayaan disini juga sering disebut dengan adat istiadat. Ada kebiasaan yang harus diubah saat memutuskan untuk terlibat dalam transformasi digital. Tantangan itu sendiri datang dari rasa takut mengubah kebiasaan lama. Beberapa pemikiran negatif, seperti apa yang terjadi jika perubahan gagal atau transformasi digital akan seringkali diekspresikan sebagai semacam ketakutan akan perubahan. Promosi dengan cara *word of mouth* dan media cetak seperti koran efektif untuk menarik minat calon wisatawan untuk berkunjung

Transformasi digital dalam dunia bisnis adalah cara bagi pengusaha untuk membuka peluang pangsa pasar yang lebih besar. Selain itu, transformasi digital juga membantu Anda menjalankan bisnis yang efisien. Selain itu, saat ini ada berbagai pilihan layanan cloud yang memungkinkan Anda menjalankan bisnis secara digital. Upaya yang bisa digunakan oleh masyarakat untuk menyongsong budaya yang mengikuti transformasi digital dapat ditempuh dengan keahlian yang dimiliki di bidang digital.

Bali merupakan Daerah yang memiliki minat kunjungan wisata dari tahun ke tahun terlihat dari data kunjungan wisatawan lokal dan mancanegara yang selalu menghabiskan liburan mereka dengan mengunjungi Daerah Bali. Perkembangan teknologi ini menuntut daerah terutama desa adat untuk mengembangkan daerah mereka. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan promosi wisata untuk mengembangkan desa adat sangat dibutuhkan, sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Alfianita, 2016) disampaikan bahwa pengembangan atau langkah yang dapat dicapai untuk mengembangkan Desa adalah menggunakan media sosial untuk menarik minat calon wisatawan mengunjungi daerah wisata

Upaya yang dapat dilakukan adalah dengan pelatihan Cakap Tips dan Trik Membuat Konten Promosi Wisata, pembuatan konten melalui *platform* digital ini dapat memudahkan masyarakat desa adat untuk mempromosikan objek wisata di desa adat setempat. Dalam hal ini *platform* digital yang digunakan ialah aplikasi canva untuk pembuatan konten promosi pariwisata yang mudah dan dapat menjadi salah satu cara untuk mengembangkan di Desa adat terutama menjadi Desa Wisata.

II. MASALAH

Permasalahan yang dialami Desa Adat adalah pemahaman tentang perubahan dari transformasi digital, bagaimana teknologi dalam strategi promosi wisata yang ada di Desa Adat Kerobokan, Badung agar tidak tertinggal oleh perkembangan digital. Dalam perkembangan teknologi masa kini menuntut masyarakat untuk membuat strategi promosi dengan pembuatan konten yang menarik dan mampu mempromosikan wisata daerah tersebut. Masyarakat juga diharapkan mampu melakukan inovasi dalam setiap perubahan dibidang teknologi dalam meningkatkan promosi wisata yang berdampak cukup besar dalam pengembangan wisata di Desa Adat.

III. METODE

I. Metode

Kegiatan ini dilakukan dengan memberikan materi dan pelatihan pembuatan konten promosi wisata. Materi yang diberikan adalah tentang bagaimana perkembangan transformasi digital Bagi Budaya dan Potensi Daerah, terkait tantangan budaya di era digital dan bagaimana memanfaatkan transformasi digital untuk memperkenalkan budaya lokal desa adat setempat melalui media digital. Metode kegiatan yang digunakan dalam melaksanakan program kerja, antara lain:

1. Lokasi dan Waktu Penelitian

- a. Lokasi kegiatan ini bertempat Wantilan Desa Adat Kerobokan, pelaksanaan kegiatan berlangsung pada tanggal 24 Oktober 2022.
2. Protokol Kesehatan
Melaksanakan protokol kesehatan, antara lain :
 - a) Memakai masker
 - b) Mencuci tangan menggunakan sabun dan menjaga jarak
3. Tahap Kegiatan
 - a) Tahap Persiapan
Tahap persiapan dilakukan untuk menentukan masalah, tujuan, sasaran dan ruang lingkup kegiatan. Pada tahap persiapan, hal ini dilakukan melalui analisis situasi yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran masalah di Desa Adat Kerobokan terkait strategi pengembangan Desa Adat.
 - b) Tahap Pelaksanaan Kegiatan
Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan rangkaian acara sebagai berikut:
 1. Memberikan edukasi berupa pengarahan dan pendampingan kepada di Desa Adat Kerobokan-Badung bagaimana transformasi digital, apa saja yang mengalami perubahan sehingga perlu diikuti oleh Desa Adat dalam mengembangkan promosi desa adat dengan media digital.
 2. Pelatihan Cakap Tips dan Trik Membuat Konten Promosi Wisata, pembuatan konten melalui *platform* digital ini dapat memudahkan masyarakat desa adat untuk mempromosikan objek wisata di desa adat setempat. Dalam hal ini *platform* digital yang digunakan ialah aplikasi canva untuk pembuatan konten promosi pariwisata yang mudah dan efektif.
 3. Edukasi tentang etika dalam membuat konten promosi wisata yang menarik guna memperkenalkan Desa Adat di Era Digital dengan memperkenalkan budaya lokal yang sudah ada sehingga dikenal dengan keunggulan daerah masing - masing menggunakan teknologi.



Gambar 1. Pemaparan Materi oleh Narasumber

c) Tahap Evaluasi

Kegiatan ini merupakan evaluasi dari proses pelaksanaan program kegiatan pengabdian masyarakat, apakah kegiatan tersebut telah terealisasi dengan baik atau belum. Kendala pada saat pemberian materi adalah banyak yowana yang belum paham tentang transformasi digital, pembuatan konten promosi yang baik dan etika dalam pembuatan konten sehingga perlu pemahaman tentang penggunaan digital yang baik dalam strategi pengembangan di desa Adat.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini dilaksanakan di Di Wantilan Desa Adat Kerobokan Kabupaten Badung Provinsi Bali dihadiri oleh 100 orang dari para yowana di Desa Adat dan terlaksana dengan baik terlihat dari kehadiran yowana yang ingin belajar tentang konten promosi, perubahan digital dimana memang sekarang media digital yang dipakai dalam mengembangkan desa adat dan memperkenalkan budaya lokal setempat sehingga dikenal oleh Wisatawan domestik dan Mancanegara yang kita ketahui Desa Adat Kerobokan adalah daerah wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan jika berkunjung ke Bali.



Gambar 2. Pelatihan dihadiri yowana Desa Adat Kerobokan



Gambar 3. Sesi Penutup Kegiatan Pelatihan

V. KESIMPULAN

Kesimpulannya, masyarakat desa adalah penerus di Desa Adat, diharapkan segala sesuatu yang disampaikan dapat bermanfaat dan menjadikan para penerus mampu membuat Desa Adat menjadi lebih baik lagi kedepannya. Selama pemaparan, peserta terlihat antusias, karena informasi yang diberikan

sangat menarik dan bisa diterapkan di wilayah Desa Adat. Adapun kegiatan ini diikuti oleh peserta dari Yowana Desa Adat Kerobokan yang turut berpartisipasi dalam kegiatan ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ditunjukkan kepada Kepala Desa Adat Kerobokan, Kabupaten Badung dan Para Yowana Desa Adat Kerobokan yang telah meluangkan waktu untuk memberikan kesempatan melakukan pengabdian kepada masyarakat di Desa Adat. Ucapan terima kasih dapat juga disampaikan kepada pihak-pihak yang membantu pelaksanaan kegiatan ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu sehingga pelaksanaan acara ini bisa berlangsung dengan baik dan berjalan lancar

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Alfianita, R. H. (2016). *Manajemen Pemasaran Secara Online Desa Wisata Di Yogyakarta (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Media Sosial Untuk Promosi Desa Wisata Gabungan / Dewiga)* (Thesis S2). UIN Sunan Kalijaga <http://digilib.uinsuka.ac.id/24751/>
- [2] Destha Titi Raharjana. *Penguatan SDM Dalam e-Marketing untuk Promosi Desa Wisata Di Kabupaten Malang. 140-151.*
- [3] Kotler, P., & Levy, S. J. (1969). Broadening the Concept of Marketing. *Journal of Marketing*, 33(1), 10–15. JSTOR.
- [4] Mukti, R. A. K. (2018). *Aktivitas Promosi Desa Wisata dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan.*
- [5] Pitanatri, P. D., & Pitana, I. (2016). *Digital Marketing in Tourism: The More Global, The More Personal.* In A. S. Wiranatha, I. P. E. N. Kencana, I. K. G. Bendesa, I. N. D. Putra, & I. G. A. O. Suryawardani (Eds.), *International Tourism Conference Promoting Cultural & Heritage Tourism.* Udayana University.