



PENGEMBANGAN *DIGITAL MARKETING* MELALUI MEDIA SOSIAL : KAMPUNG WISATA PIPITAN, KOTA SERANG**Oleh****Rizal Syaifudin****Jurusan Ilmu Ekonomi Pembangunan Universitas Sultan Ageng Tirtayasa****E-mail: rizal92@untirta.ac.id**

Article History:*Received: 01-08-2021**Revised: 16-09-2021**Accepted: 28-09-2021***Keywords:** *Kampung Wisata Pipitan, Media Sosial, Promosi*

Abstract: *Penggunaan media sosial di Kampung Wisata Pipitan untuk melakukan promosi kampung wisatanya sebenarnya telah dilakukan dengan adanya akun instagram @pokdarwispipitankreatif. Namun, isi konten dari media sosial itu kurang menarik dan informatif, sehingga perlu dilakukan pengembangan isi kontennya. Selain itu, adanya pandemi Covid-19 juga mengakibatkan jumlah pengunjung di Kampung Wisata Pipitan mengalami penurunan. Pelaksanaan pengabdian masyarakat di Kampung Wisata Pipitan difokuskan pada kegiatan pelatihan pembuatan media sosial instagram dan facebook dengan pengisian konten yang menarik dan lebih informatif termasuk informasi daftar paket wisata yang ditawarkan. Selain itu kegiatan pengabdian ini juga mengadakan webinar terkait digitalisasi pariwisata. Hasil luaran dari pengabdian masyarakat ini adalah adanya instagram dan facebook dengan konten menarik yang informatif di Kampung Wisata Pipitan. Kesimpulan yang diperoleh dari pengabdian masyarakat ini adalah meskipun dalam masa pandemi Covid-19 namun semangat masyarakat dari Kampung Wisata Pipitan untuk melakukan promosi terus berjalan. Harapannya setelah pandemi selesai akan semakin banyak wisatawan yang berkunjung.*

PENDAHULUAN

Promosi merupakan suatu bagian dari *marketing mix* yang memiliki peranan besar. Melalui kegiatan promosi, perusahaan dapat mendorong konsumen untuk membeli produk-produk yang ditawarkan. Promosi merupakan bagian terpenting dari instrument pemasaran, dimana produsen ataupun perusahaan dapat mengkomunikasikan produknya kepada calon pembeli. Perkembangan dunia periklanan pada beberapa tahun terakhir mengalami peningkatan signifikan, terlebih setelah adanya internet yang mengubah cara interaksi dalam komunikasi pemasaran dari konvensional menjadi *digital marketing*, terutama melalui media sosial (Wardani, 2019).



Tingginya pengguna media sosial di Indonesia saat ini menjadi suatu media baru untuk memasarkan produk ataupun jasanya. Media sosial telah mengubah metode pengiklanan yang dulunya dilakukan secara konvensional seperti televisi, radio, surat kabar atau majalah. Kelebihan pengiklanan menggunakan media sosial adalah selain dapat menghemat biaya dan lebih efisien waktu dalam pemasaran, produsen juga dapat memberikan umpan balik kepada konsumen dibandingkan dengan cara konvensional yang hanya bersifat searah. Menurut Soemanegara (2008), melalui media sosial komunikasi pemasaran dapat berjalan dengan tepat serta memungkinkan terhindarnya kerugian perusahaan akibat kegiatan promosi yang tidak efektif dan efisien. Sehingga dengan adanya sosial dapat menjadi suatu forum untuk berinteraksi antara konsumen dan produsen, serta menarik banyak konsumen untuk melihat dan mengunjungi tautan yang berisi informasi tentang produk dan lain-lain (Wardani, 2019).

Berdasarkan fenomena tersebut, maka menjadi peluang besar bagi masyarakat bahwa media sosial dapat dijadikan sebagai sarana berkomunikasi sekaligus sebagai sarana untuk mempromosikan potensi daerah wisata. Hal ini berakibat pada munculnya promosi-promosi pariwisata yang dilakukan oleh masyarakat itu sendiri baik secara individu maupun dilakukan secara kelompok dalam bentuk komunitas, atau yang disebut dengan komunitas virtual, yaitu orang-orang yang ingin mencapai tujuan tertentu dalam mencari peluang baru serta ingin menjalin hubungan sosial dan ekonomi dengan orang lain (Wang, Yu & Fesenmaier, 2002).

Pengabdian masyarakat berfokus pada kegiatan masyarakat sadar wisata dalam memanfaatkan media sosial dalam upaya mempromosikan potensi wisata di Kampung Wisata Pipitan. Hal ini dikarenakan di Kampung Wisata Pipitan masih belum memanfaatkan media sosial secara maksimal. Kampung Wisata Pipitan telah memiliki akun instagram, yaitu @pokdarwispipitankreatif sebagai akun media sosial resminya. Akan tetapi, penggunaan akun instagram ini masih dirasa belum maksimal karena penyampaian pesannya hanya satu arah dan isi kontennya kurang menarik, sehingga perlu pembenahan dari penataan konten di akun instagram tersebut dan menambah satu media sosial lagi yaitu facebook. Tujuannya adalah untuk meningkatkan promosi wisata dan memberi gambaran berbagai aktivitas pariwisata yang dimiliki oleh Kampung Wisata Pipitan. Harapannya melalui penggunaan kedua media sosial tersebut dapat menjadi media untuk promosi wisata, dan dapat menarik kembali wisatawan untuk berwisata ke Kampung Wisata Pipitan yang sempat menurun karena adanya pandemi Covid-19.



Gambar 1. Instagram Pokdarwis Pipitan Kreatif Sebelum Dikembangkan

METODE

Pengabdian ini dilaksanakan mulai tanggal 16 Juli 2021 sampai dengan 18 Agustus 2021 bersamaan dengan pelaksanaan KKM Tematik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa tahun 2021 Kelompok 149 yang dilakukan secara daring karena di dalam masa PPKM Covid-19. Adapun bentuk kegiatannya meliputi:

Tahap 1

Pelatihan pembuatan instagram dan facebook dengan tampilan yang menarik dan informatif. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan gambaran kepada masyarakat dan pokdarwis Kampung Wisata Pipitan terkait bagaimana mengisi media sosial dengan konten-konten yang menarik dan informatif. Kegiatan ini dilakukan oleh mahasiswa Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) Tematik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa tahun 2021 kelompok 149.

Tahap 2

Pelatihan digitalisasi pariwisata yang dilakukan melalui webinar. Webinar ini bertujuan untuk membekali masyarakat dan pokdarwis Kampung Wisata Pipitan terkait pentingnya digitalisasi pariwisata dengan narasumber ketua ASPPI Banten, Bapak Irwan Thamrin.

Tahap 3

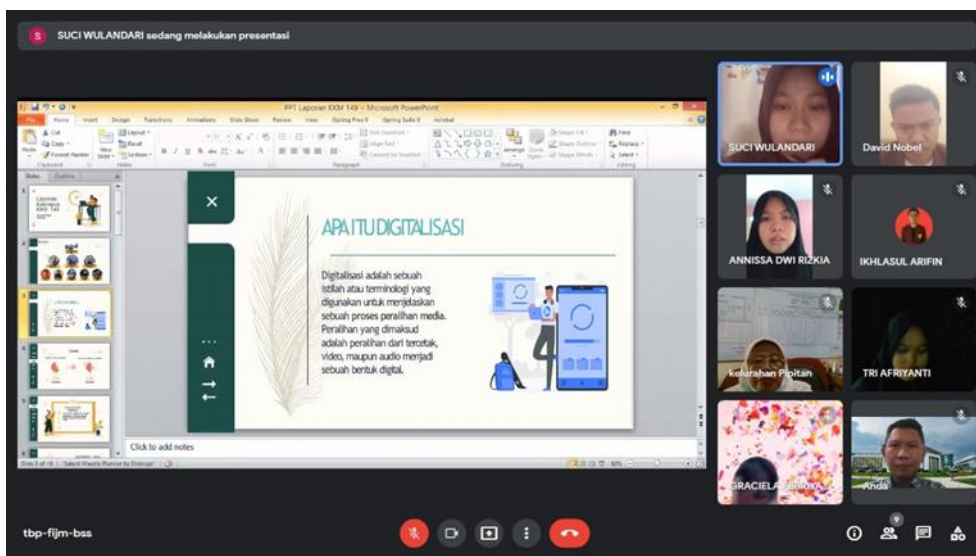
Mengembangkan Instagram dan facebook milik Kampung Wisata Pipitan. Kegiatan ini berupa penataan ulang isi konten-konten yang ada di Instagram @pokdarwispipitankreatif serta membuat facebook baru sebagai sarana penunjang promosi. Penatan isi konten juga mencantumkan berbagai paket wisata dan atraksi yang ditawarkan oleh Kampung Wisata Pipitan.



HASIL

Kegiatan diawali dengan mengadakan pertemuan dengan pihak kelurahan dan pengurus kelompok sadar wisata (pokdarwis) Kampung Wisata Pipitan. Hasil dari diskusi didapatkan bahwa dari pihak kampung wisata pipitan masih mengalami kendala dalam hal *digital marketing*, yaitu bagaimana menata instagram dan facebook yang menarik dan informatif dan dilanjutkan dengan pelatihan bagaimana cara membuat media social yang menarik sebagai promosi pariwisata di Kampung Wisata Pipitan yang dilakukan secara daring. Fungsi media sosial sebagai pemanfaatan promosi pariwisata diantaranya adalah:

1. Sebagai sumber informasi bagi khalayak mengenai daerah wisata yang akan dikunjungi.
2. Sebagai media komunikasi atau interaktif pelaku usaha wisata dengan para wisatawan.
3. Membentuk persepsi dan emosi. Media sosial dapat mempengaruhi persepsi dan emosi wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata dan membuat wisatawan merasa perjalanan wisatanya menjadi lebih berwarna.
4. *Branding*. Media sosial dapat meningkatkan *brand awareness* destinasi wisata yaitu mengenalkan destinasi wisata agar dapat dengan mudah dicari orang yang gemar atau aktif di dunia maya. *Branding* pada destinasi wisata akan membuat pengguna media sosial untuk menjadi pengikut dan memperoleh informasi terbaru terkait destinasi wisata. Selain itu *branding* juga dapat mengenalkan destinasi wisata ke masyarakat yang lebih luas lagi.
5. Sebagai media pemasaran pelaku bisnis pariwisata melalui online marketing.
6. Sebagai sarana untuk penyebar luasan informasi dari mulut ke mulut secara daring.

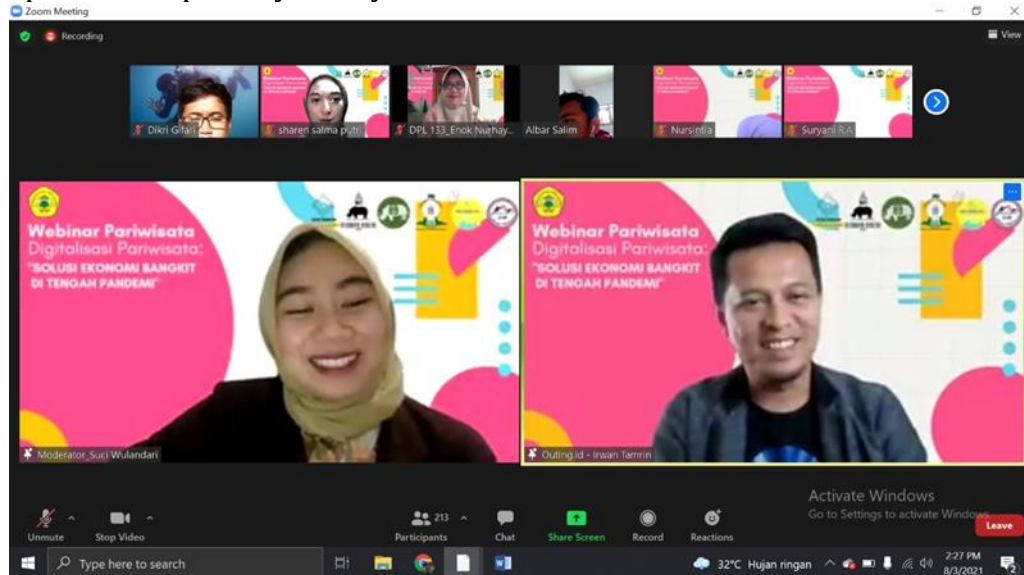


Gambar 2. Pelatihan Membuat Media Sosial yang Informatif dan Menarik

Kegiatan kedua adalah pelaksanaan webinar digitalisasi dengan mengundang narasumber dari ASPPI Banten, Bapak Irwan Thamrin. Digitalisasi merupakan sebuah terminologi yang digunakan untuk menjelaskan sebuah proses peralihan media, yaitu peralihan dari media cetak ataupun video kedalam bentuk digital. Digitalisasi pariwisata merupakan salahsatu bentuk dari adanya revolusi 4.0 yang dicirikan dengan adanya penggabungan antara teknologi dan komunikasi ke dalam bidang industri. Digitalisasi pariwisata merupakan digitalisasi semua proses dan rantai nilai dan rantai industri



pariwisata, hospitality, dan catering yang memungkinkan organisasi pariwisata tersebut untuk memaksimalkan potensinya secara efektif dan efisien. Adapun alasan kenapa perlu adanya digitalisasi pariwisata adalah adanya penyerapan manfaat teknologi sebagai peningkatan pendapatan destinasi wisata. Selain itu di era pandemi Covid-19 dengan adanya pembatasan kapasitas kunjungan wisatawan, digitalisasi pariwisata sangat bermanfaat bagi para wisatawan yang nekat ingin berwisata untuk mempermudah dalam hal *online booking* tiket maupun sistem pembayarannya.



Gambar 3. Webinar Digitalisasi Pariwisata

Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk mengoptimalkan pemasaran Kampung Wisata Pipitan melalui platform digital dengan menggunakan Instagram dan Facebook. Pelatihan ini memunculkan kreatifitas masyarakat Kampung Wisata Pipitan untuk membuat paket eduwisata seperti; Paket Seni Gypsum, Paket Seni Tanah Liat, Paket Lukis, Paket Sablon, dan Paket Membuat.

PAKET TANAH LIAT

FASILITAS

1. Tanah Liat
2. Cat 5 warna
3. Bak Cat / Palet
4. Kuas
5. Cotton Bud
6. Gelas Plastik

FASILITAS TAMBAHAN

1. Instruktur / Tutor
2. Welcome drink
3. Fun Game
4. Hadiah Karya terbaik

DURASI : 2 JAM
PESERTA : 20 ORANG
HARGA : Rp 40.000

KARYA BISA DIBAWA PULANG LHO !!!

PAKET WISATA YANG DITAWARKAN DI KAMPUNG WISATA PIPITAN

SWIPE UNTUK MEMBACA



PAKET LUKIS



FASILITAS

1. Kanvas ukuran 25 x 35
2. Cat 5 warna
3. Bak Cat / Palet
4. Kuas
5. Cotton Bud
6. Gelas Plastik

FASILITAS TAMBAHAN

1. Instruktur / Tutor
2. Welcome drink
3. Fun Game

PAKET SABLON

FASILITAS

1. Kaos
2. Desain
3. Cat
4. Perlengkapan Menyablon

FASILITAS TAMBAHAN

1. Instruktur / Tutor
2. Welcome drink
3. Fun Game
4. Hadiah Karya terbaik



PAKET MEMBATIK



FASILITAS

1. Kain
2. Canting
3. Malam
4. Nepton
5. Perlengkapan Mambatik

FASILITAS TAMBAHAN

1. Instruktur / Tutor
2. Welcome drink
3. Fun Game
4. Hadiah Karya terbaik

DURASI : 2 JAM
PESERTA : 20 ORANG
HARGA : Rp 50.000

KARYA BISA DIBAWA PULANG LHO !!!

PAKET SENI GYPSUM



FASILITAS

1. Gypsum
2. Cetakan
3. Cat 5 Warna
4. Kuas
5. Cotton Bud
6. Mangkuk
7. Sendok
8. Bingkai

FASILITAS TAMBAHAN

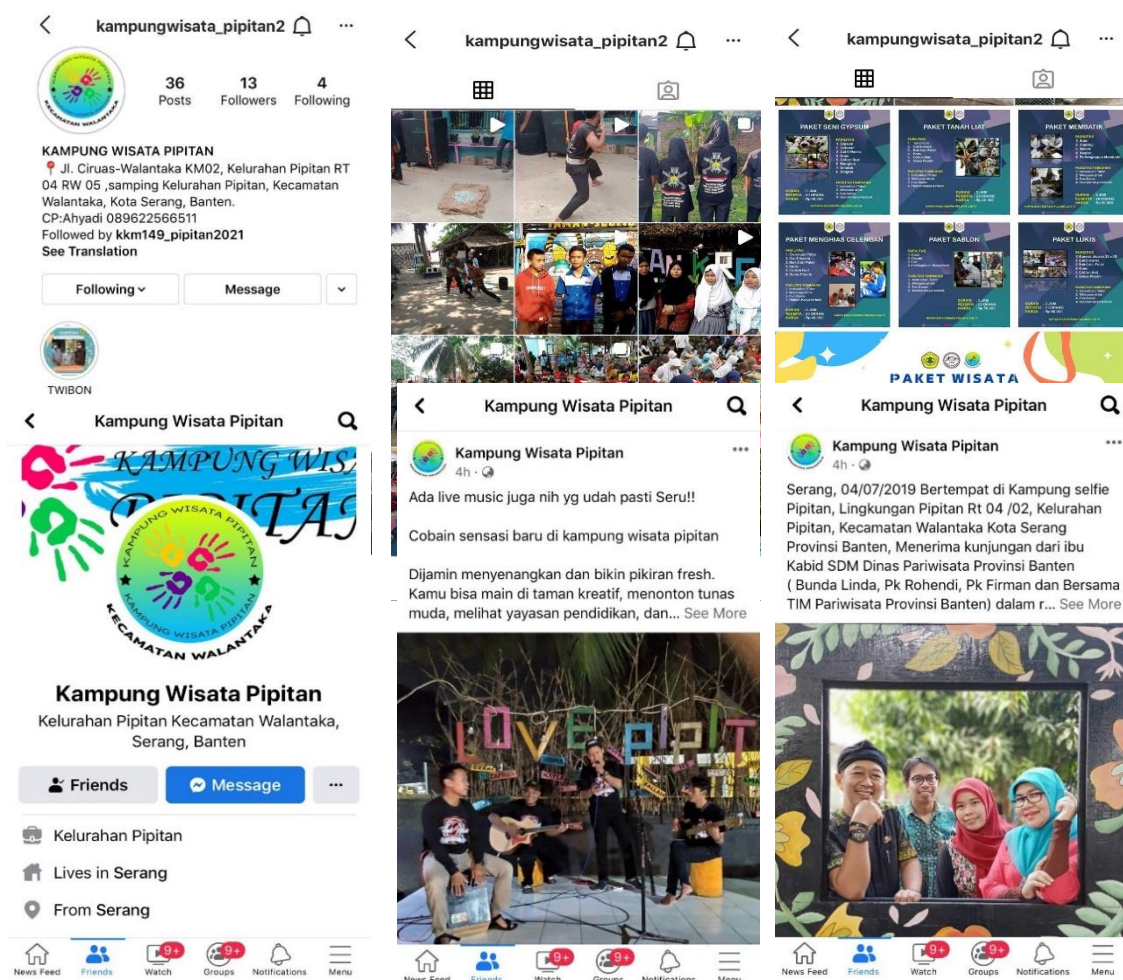
1. Instruktur / Tutor
2. Welcome drink
3. Fun Game
4. Hadiah Karya terbaik

DURASI : 2 JAM
PESERTA : 20 ORANG
HARGA : Rp 40.000

KARYA BISA DIBAWA PULANG LHO !!!

DISKUSI

Program pengabdian masyarakat di Kampung Wisata Pipitan memiliki luaran yaitu adanya instagram dan facebook dari Kampung Wisata Pipitan yang menarik dan informatif kepada masyarakat khususnya calon wisatawan yang akan berkunjung ke Kampung Wisata Pipitan. Adapun akun instagram baru dari Kampung Wisata Pipitan adalah @kampungwisata_pipitan2 dan akun facebooknya adalah Kampung Wisata Pipitan. Harapannya dengan adanya dua media sosial yang sudah ditata secara menarik dan dapat memberikan banyak informasi mengenai Kampung Wisata Pipitan dapat menarik wisatawan untuk berwisata, baik wisatawan lokal, nasional maupun internasional.



Gambar 5. Instagram dan Facebook baru Kampung Wisata Pipitan

KESIMPULAN

Kesimpulan dari pengabdian masyarakat ini adalah Kampung Wisata Pipitan perlu memiliki media sosial yang menarik dan informatif sehingga lebih dapat dikenal lebih luas oleh masyarakat dan masyarakat tertarik untuk berwisata, terlebih saat masa Pandemi Covid-19 yang tentu saja harus memperhatikan protokol kesehatan yang ketat. Meskipun pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan secara namun tidak menyurutkan semangat warga Kampung Wisata Pipitan untuk terus maju dan mempromosikan pariwisata di kampungnya. Harapannya dengan semakin gencar melakukan promosi melalui platform *digital marketing*, setelah pandemi Covid-19 berakhir banyak wisatawan yang kembali berwisata di Kampung Wisata Pipitan baik dari wisatawan lokal, nasional dan internasional.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu kegiatan pengabdian masyarakat ini, khususnya mahasiswa KKM Tematik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa tahun 2021 Kelompok 149.



DAFTAR REFERENSI

- [1] Ayutiani, D. N., Primadani, B., & Putri, S. (2018). Penggunaan Akun Instagram Sebagai Media Informasi Wisata Kuliner. *Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, no. 3(1): 39–59.
- [2] Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, no. 9(1): 140–157.
- [3] Hamzah Imaniar, Y. (2005). Potensi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Interaktif Bagi Pariwisata Indonesia. Pusat Penelitian Dan Pengembangan Kebijakan Kepariwisata: 1–9.
- [4] Hanifah, R. D. (2019). The Influence of Instagram Travel Influencer on Visiting Decision of Tourist Destinations for Generation Y. (Januari 2018): 235–247. Retrieved from <http://jurnalpariwisata.stptrisakti.ac.id/index.php/Proceeding/article/download/1286/136>.
- [5] Nevita, S. (2017). Pemanfaatan Media Dalam Promosi Pariwisata Kabupaten Pesisir Selatan (pp. 1–102).
- [6] Ranjani, S. (2008). *Strategic Marketing Communication* : Konsep Strategis dan Terapan. Alfabeta.
- [7] Setiawati, S. D., Fitriawati, D., Retnasary, M., & Yelifa, I. R. (2019). Pesan Pemasaran Senjata Untuk Membangun Digital Marketing. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, no. 4(7): 131–151.
- [8] Tabroni, & Komarudin, M. (2021). Strategi Promosi Produk Melalui Digital Marketing Keputusan Konsumen. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, no. 4(1): 49–57. <https://doi.org/10.30587/jre.v4i1.2217>
- [9] Wang, Y., Yu, Q., & Fesenmaier, D. R. (2008). *Defining The Virtual Tourist Community : Implications For Tourism Marketing Tourism Marketing*. *Tourism Management*. No. 23: 407–417.
- [10] Wardani, E. A. (2019). Mengembangkan Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Instagram Di Kota Semarang.