

PENGUATAN PEMASARAN VIRTUAL ECOTOURISM BAGI KELOMPOK SADAR WISATA DI DESA PATAAN, KABUPATEN LAMONGAN

M. Nilzam Aly¹, Damar Kristanto², Gagas Gayuh Aji³, Rizky Amalia Sinulingga⁴,
Aji Akbar Firdaus⁵, Angkita Wasito Kirana⁶, Bambang Suharto⁷

¹Program Studi Destinasi Pariwisata, Fakultas Vokasi, Universitas Airlangga

²Program Studi Manajemen Pemasaran, Fakultas Vokasi, Universitas Airlangga

³Program Studi Manajemen Perkantoran Digital, Fakultas Vokasi, Universitas Airlangga

⁴Program Studi Teknologi Rekayasa Instrumentasi dan Kontrol, Fakultas Vokasi, Universitas Airlangga

⁵Program Studi Bahasa Inggris, Fakultas Vokasi, Universitas Airlangga

⁶Program Studi Manajemen Perhotelan, Fakultas Vokasi, Universitas Airlangga

e-mail: nilzamsvarna@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi memberi perubahan bagi pertumbuhan ekonomi. Semakin beragam dan mudah informasi yang didapatkan mengakibatkan pertumbuhan ekonomi semakin pesat. Teknologi informasi saat ini tentu membutuhkan sebuah jaringan internet. Sebagian besar masyarakat era 4.0 sekarang ini sudah mengikuti perkembangan teknologi yang pesat, sehingga semua aspek kehidupan dominan menggunakan teknologi yang canggih khususnya di bidang pariwisata. Tetapi kondisi ini perlu disikapi dengan tetap mengedepankan aspek pengembangan sumber daya manusia dalam memanfaatkan teknologi. Upaya peningkatan kualitas manusia Indonesia dalam mencapai Visi Indonesia Emas 2045 menjadi fokus kebijakan pemerintah. Hal ini tercermin Rencana Kerja Pemerintah (RKP) tahun 2023, yaitu "Peningkatan SDM untuk Pertumbuhan Berkualitas". Tema ini sangat didukung oleh civitas perguruan tinggi dengan melakukan kegiatan pengabdian masyarakat melalui pelatihan penguatan pemasaran pariwisata virtual untuk Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Desa Pataan di Kabupaten Lamongan. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk Peningkatan kualitas anggota pokdarwis dalam hal pembuatan konten pariwisata virtual dengan daya tarik ekowisata di Desa Pataan. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pelatihan tentang pemasaran digital dan pendampingan penggunaan drone dan handphone untuk pembuatan konten virtual. Hasil dari kegiatan ini adalah peserta mampu secara terstruktur dan konsisten membuat konten virtual di media sosial milik pokdarwis Desa Pataan

Kata kunci: Ekowisata, Pemasaran Virtual, Desa Wisata, Pokdarwis, Desa Pataan.

Abstract

The development of information technology provides changes for economic growth. The more diverse and easier it is to obtain informations, the more rapid economic growth will result. Current information technology certainly requires an internet network. Most people in the 4.0 era have now followed the rapid development of technology, so that all aspects of life predominantly use sophisticated technology, especially in the tourism sector. However, this condition needs to be addressed by continuing to prioritize aspects of human resource development in utilizing technology. Efforts to improve the quality of Indonesian people in achieving the Golden Indonesia Vision 2045 are the focus of government policy. This is reflected in the Government Work Plan (RKP) for 2023, namely "Increasing Human Resources for Quality Growth". This theme is strongly supported by the university community by carrying out community service activities through virtual tourism marketing strengthening training for the Pataan Village Tourism Awareness Organization (Pokdarwis) in Lamongan Regency. This community service aims to improve the quality of Pokdarwis members in terms of creating virtual tourism content with ecotourism attractions in Pataan Village. The method used in this activity is training on digital marketing and assistance in using drones and cellphones to create virtual content. The result of this activity is that participants are able to structure and consistently create virtual content on social media belonging to the Pataan Village pokdarwis.

Keywords: Ecotourism, Virtual Marketing, Village Tourism, Pokdarwis, Pataan Village

PENDAHULUAN

Pada sisi ekonomi Indonesia pada tahun-tahun mendatang diprediksi menempati posisi kelima terbesar di dunia. Hal ini bisa dilihat dengan memperhatikan struktur ekonomi Indonesia yang mulai bergeser menjadi sektor bernilai tambah tinggi. Bahkan porsi pemasukan ekonomi sebesar 73%

berasal dari sektor jasa. Sektor jasa yang dimaksud adalah sektor ekonomi digital dan pariwisata. Secara keseluruhan, perekonomian Indonesia pada tahun 2023 diperkirakan tumbuh pada kisaran 5,3 – 5,5 persen sejalan dengan tetap kuatnya konsumsi masyarakat (Bappenas 2023). Pengembangan pariwisata tidak hanya dilihat dari pembangunan infrastruktur penunjang. Lebih dari itu perlu ada penguatan kualitas sumber daya manusia (SDM) di bidang pariwisata. Oleh karena itu pemerintah melalui Presiden Jokowi pada periode kedua pemerintah fokus untuk penguatan kualitas SDM. Upaya peningkatan kualitas manusia Indonesia dalam mencapai Visi Indonesia Emas 2045 menjadi fokus kebijakan pemerintah. Hal ini tercermin pada tema kebijakan fiskal 2023, yaitu “APBN untuk Akselerasi Daya Saing melalui Inovasi dan Penguatan Kualitas Sumber Daya Manusia”. Tema tersebut juga selaras dengan tema Rencana Kerja Pemerintah (RKP) tahun 2023, yaitu “Peningkatan SDM untuk Pertumbuhan Berkualitas”.

Pengembangan kualitas SDM pariwisata bisa dimulai dengan penguatan kualitas kelembagaan dan anggota di dalamnya. Beberapa wilayah di Indonesia menggunakan istilah Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dan Kelompok Penggerak Pariwisata (Kompepar) untuk menunjuk sebuah lembaga lokal yang mengelola kepariwisataan. Sebagian wilayah lain bahkan menggunakan Pokdarwis untuk mengelola kepariwisataan di tingkat lokal. Kabupaten Lamongan memiliki potensi atraksi wisata yang bisa dikembangkan. Beberapa objek wisata yang cukup dikenal di Kabupaten Lamongan diantaranya adalah Makam Sunan Drajat, Wisata Bahari Lamongan, Maharani Zoo, dan Pemandian Air Panas Brumbung. Secara geografis letak objek wisata tersebut berada di wilayah Lamongan bagian utara yang dekat dengan wilayah pesisir. Potensi pariwisata yang ada di Lamongan bagian selatan sebenarnya tidak kalah dengan bagian utara dan beberapa wilayah lainnya. Potensi wisata tersebut diantaranya adalah situs sejarah Candi Pataan, situs bersejarah, Kawah Putih, Bird Watching Area, dan semuanya terletak di Desa Pataan (Aly and Ruyawari 2019).

Pengelolaan wisata tersebut tidak bisa dilepaskan dari SDM yang ada di wilayah Desa Pataan Kecamatan Sambeng Kabupaten Lamongan dalam hal ini adalah Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). Tata kelola ini akan berkembang sangat jauh untuk mendukung kegiatan pariwisata di Desa Pataan yang berkualitas dan berkelanjutan dengan mengoptimalkan teknologi virtual dan pemasaran digital. Oleh sebab itu maka diperlukan upaya yang sistematis dan berkelanjutan dalam rangka meningkatkan kompetensi anggota pokdarwis di bidang pariwisata khususnya terkait dengan teknologi virtual dan pemasaran digital.

Revolusi informasi dan digitalisasi diseluruh dunia telah mengubah cara konsumsi media di masyarakat. Dampak dari kemajuan teknologi dan perkembangan teknologi komunikasi, hubungan dunia nyata kini telah berpindah ke dunia virtual dan preferensi konsumen bergeser dari bentuk media tradisional menuju media digital (Ningrum, Monoarfa and Juanna 2023). Permasalahan yang dihadapi oleh kebanyakan masyarakat dan generasi muda terutama bagi yang terlibat dalam pengelolaan desa wisata adalah mengenai kurangnya pemahaman terkait strategi pemasaran seiring dengan digitalisasi yang terjadi. Oleh karena itu, sangat diperlukan adanya pemahaman yang sejalan dengan perkembangan saat ini dalam melakukan pemasaran. Diperlukan adanya pembinaan di kalangan para pelaku terutama para generasi muda terkait pemasaran digital atau digital marketing untuk meningkatkan kesadaran dan juga kemampuan para generasi muda dalam memasarkan produk yang dimilikinya. Pelatihan ini dinilai perlu untuk dilaksanakan agar para anggota pokdarwis mampu melihat peluang serta potensi yang dimilikinya sehingga mampu dimanfaatkan menjadi lebih efektif. Sejalan dengan kemajuan teknologi informasi, metode promosi yang paling tepat adalah menggunakan media virtual atau digital yang dipercaya mampu menyebarkan informasi secara real-time (Ariyani and Kholil 2022).

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini terdiri dari tiga tahapan, yaitu (1) Perencanaan; (2) Pelaksanaan; dan (3) Evaluasi. Pada tahap perencanaan diawali dengan melakukan survei dan observasi lapangan di Desa Pataan yang dilaksanakan pada tanggal 20 Juni 2023. Pada tahap ini juga dilaksanakan forum group discussion (FGD) dengan pemerintah desa dan kelompok sadar wisata yang bertujuan untuk memetakan permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan desa wisata.



Gambar 1. Kegiatan Observasi Lapangan di Objek Wisata Kawah Putih

Pada tahap pelaksanaan, diselenggarakan pelatihan pemasaran digital dan pendampingan pembuatan konten melalui drone dan kamera handphone pada tanggal 30 Juli 2023. Pada tahapan terakhir, yaitu evaluasi dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang diisi oleh peserta kemudian dianalisis melalui pre-test dan post-test pada tanggal 30 Juli 2023.



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan Pemasaran Digital dan Pendampingan Pembuatan Konten Melalui Drone dan Handphone

Pada tahapan evaluasi, sebanyak 30 peserta mengisi kuesioner pre-test dan post-test dengan sebaran profil peserta sebagai berikut:

Tabel 1 Sebaran Profil Peserta

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Pria	19	63
	Wanita	11	27
Status	Sudah Menikah	24	80
	Belum Menikah	6	20
Usia (tahun)	<20	7	23
	20-29	12	40
	30-39	6	20
	>40	5	17
Agama	Islam	21	70
	Kristen	4	13
	Katolik	1	3
	Hindu	2	7
	Budha	-	-
Lainnya	2	7	
Pendidikan	SD/ sederajat	9	30
	SMP/ sederajat	6	20
	SMA/ sederajat	11	27

	Sarjana/ sederajat	4	13
	Magister	-	-

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan pengabdian pada masyarakat dberfokus pada tahap pelaksanaan dan evaluasi yang diselenggarakan pada 30 Juli 2023 di Desa Pataan.

Pelatihan Pemasaran Virtual melalui Media Sosial

Penggunaan media sosial dianggap menjadi alat efektif sebagai cara mudah untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan (Damayanti, Oka and Hidayana 2023). Cara ini yang kemudan banyak diadopsi termasuk oleh pokdarwis Desa Pataan. Selama ini pokdarwis Desa Pataan mengalami kendala dalam menciptakan konten media sosial untuk lokasi wisata Pataan, yang mana channel Pokdarwis Pataan juga terpengaruh. Mereka kurang memahami cara membuat konten yang berkesinambungan dan seringkali tidak melakukan penjadwalan konten dengan baik, menyebabkan channel mereka kurang konsisten dalam memproduksi konten. Akibatnya, channel tersebut tidak mendapatkan perhatian yang cukup dari masyarakat dan kurang memiliki indeks pencarian yang tinggi. Selain itu, konten yang diunggah juga cenderung tidak terencana dengan baik, sehingga penonton kesulitan dalam mengetahui arah dari isi channel Pokdarwis Desa Pataan.

Dalam rangka mengatasi masalah tersebut, peserta pelatihan dituntun untuk mulai merencanakan konten media sosial mereka. Pelatihan dimulai dengan membantu peserta mendefinisikan lokasi wisata Pataan, serta bagaimana seseorang dapat menikmati wisata di tempat yang kaya akan peninggalan sejarah, artefak, dan cagar budaya ini. Selanjutnya, peserta diajak untuk memikirkan calon wisatawan potensial, termasuk profil mereka, perilaku konsumsi, perilaku liburan, dan daya tarik apa yang ada di Desa Pataan. Setelah melakukan proses brainstorming, peserta diajari mengenai konten media sosial yang sesuai untuk menarik target wisatawan ini. Mereka diajari mulai dari pengambilan gambar, pembuatan narasi dan caption, merancang storynomic, hingga penyajian konten dalam Bahasa Inggris.

Kegiatan pelatihan dilakukan dalam dua sesi terpisah. Pada sesi pertama, peserta belajar merancang konten dan melakukan penjadwalan konten, sedangkan pada sesi kedua mereka fokus pada pembuatan narasi dan caption.

Setelah mendapatkan pelatihan, peserta diarahkan untuk membuat konten langsung dengan mengambil foto menggunakan handphone dan membuat konten di media sosial Instagram. Hasil konten yang dibuat menunjukkan peningkatan kreativitas peserta. Konten cenderung lebih persuasif dan efektif, serta kualitas editing gambar lebih baik dibandingkan dengan unggahan sebelumnya.

Pelatihan Pembuatan Konten Media Sosial Menggunakan Drone

Teknologi drone mulai diterapkan pada industri pariwisata dengan berbagai pertimbangan. pertimbangan pertama adalah tekhnologi ini mulai dapat dijamah khalayak umum dan memiliki tingkat engagement yang tinggi bagi calon wisatawan untuk mendapatkan preview awal dari lokasi wisata yang ditawarkan untuk dikunjungi secara menyeluruh (Thoha, et al. 2022). Alasan kedua, tekhnologi drone juga dapat digunakan sebagai saran preservasi lokasi wisata, dan cocok digunakan untuk lokasi seperti situs sejarah dan cagar budaya (Rofii, et al. 2018). Meskipun demikian masih sedikit para pelaku industri pariwisata khususnya di Desa Pataan yang memiliki pemahaman mendalam terkait teknologi padahal memiliki dampak positif terhadap segi promosi (Kristiyanti, et al. 2023).

Pada pelatihan ini peserta diajak langsung untuk praktik mengambil gambar yang dipandu oleh narasumber yang juga dalam hal ini sebagai trainer. Pengambilan gambar dilakukan Puncak Gondan sebagai puncak tertinggi di Kabupaten Lamongan. Peserta diajak untuk praktik bagaimana mengambil gambar yang baik dengan kamera drone dan diperlihatkan seperti apa gambar yang baik yang layak untuk lanjut proses editing. Meskipun demikian peserta diajak untuk belajar bagaimana mengambil sudut gambar yang baik menggunakan drone.

Analisis Evaluasi Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan pemahaman peserta dilakukan dengan pre-test dan post-test. Sebelum mengikuti pelatihan, para peserta diajak untuk mengisi soal terkait pemasaran digital dan pengalaman menggunakan drone untuk melihat tingkat pemahaman awal dari para peserta. Sebanyak 30 peserta melakukan pengisian soal pre-test ini. Kemudian pada akhir pelatihan peserta

diajak kembali mengisi post-test untuk melihat adakah peningkatan pemahaman dari para peserta. Cara melihat peningkatan tersebut adalah dengan melihat jumlah jawaban yang benar dari pretest dibandingkan dengan post-test. Apabila jawaban benar dari posttest lebih banyak dari pre-test maka dapat disimpulkan ada peningkatan pengetahuan dan pemahaman peserta dari sebelum mengikuti pelatihan dan setelah mengikuti pelatihan.

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa pemahaman peserta terkait pemasaran virtual melalui media sosial dan pengambilan gambar menggunakan drone mengalami peningkatan setelah mengikuti pelatihan ini. Terdapat 20 orang dari 30 peserta atau 66% yang mengalami peningkatan nilai setelah mengikuti pelatihan. Jika dilihat dari profil dan demografi peserta, pada 20 orang ini didominasi oleh pemuda dengan usia kisaran 18-35 tahun. Kemudian ditemukan juga 6 peserta yang tidak mengalami peningkatan nilai dan 4 peserta yang malah memiliki angka minus. Namun hal ini dikarenakan peserta tersebut baru mengetahui pemasaran digital dan teknologi drone. Meskipun demikian, data ini membuktikan bahwa pelatihan ini telah mencapai tujuannya yakni peningkatan pemahaman dan kemampuan peserta terkait pemasaran digital melalui media sosial dan pengambilan gambar menggunakan drone.

Tabel 2 Hasil Pretest dan Posttest peserta pelatihan

No	Nilai Pre-test	Nilai Post-test	+/-	Nilai Positif	Stagnan	Nilai Negatif	Persentase
1	50	60	10	1			
2	60	80	20	1			
3	40	80	40	1			
4	30	70	40	1			
5	80	80	0		1		
6	80	90	10	1			
7	70	70	0		1		
8	40	90	50	1			
9	90	100	10	1			
10	70	60	-10			1	
11	70	70	0		1		
12	30	80	50	1			
13	50	70	20	1			
14	50	70	20	1			
15	50	80	30	1			
16	80	60	-20			1	
17	10	60	50	1			
18	60	20	-40			1	
19	30	70	40	1			
20	70	70	0		1		
21	80	90	10	1			
22	70	70	0		1		
23	40	90	50	1			
24	90	100	10	1			
25	70	60	-10			1	
26	70	70	0		1		
27	30	80	50	1			
28	50	70	20	1			
29	50	70	20	1			
30	50	80	30	1			
			Peserta:	20	6	4	30

			Persentase (%)	66	20	14	100
--	--	--	-----------------------	-----------	-----------	-----------	------------

SIMPULAN

Rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan ternyata memiliki dampak positif yang diimplementasikan melalui pelatihan pemasaran virtual dan pelatihan penggunaan drone untuk pembuatan konten digital. Harapan untuk penguatan kualitas sumber daya manusia telah terwujud dengan sebanyak 20 peserta (66%) mengalami peningkatan pemahaman dan kompetensi. Hanya saja perlu ada pendampingan lanjutan untuk memastikan bahwa media sosial, channel youtube, dan website yang dimiliki oleh Pokdarwis Desa Pataan benar-benar berfungsi secara optimal.

Untuk mencapai kondisi yang lebih optimal lagi perlu ada rencana pengembangan lebih lanjut di masa yang akan datang. Diantara pengembangan yang bisa di lakukan adalah melakukan pelatihan dalam memaksimalkan fungsi Search Engine Optimization (SEO) dan membuat konten digital berbasis video pendek pada akun TikTok.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini didukung penuh oleh beberapa pihak. Penulis dan tim pengabdian mengucapkan terimakasih kepada:

1. Pimpinan Universitas Airlangga khususnya Fakultas Vokasi yang mendukung penuh pendanaan program pengabdian kepada masyarakat ini.
2. Dosen dan mahasiswa yang terlibat penuh dalam rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat.
3. Pemerintah Desa Pataan yang mendukung kegiatan penuh di lokasi.
4. Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Desa Pataan yang menjadi peserta dan pengelola desa wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Aly, M. Nilzam, and Marlin Pernilawati Susilawati Ruyawari. 2019. "Pemanfaatan Limbah Bonggol Jagung Sebagai Media Budi Daya Jamur Di Desa Pataan Kecamatan Sambeng Kabupaten Lamongan." *Darmabakti Cendekia* 1 (2): 34-38.
- Ariyani, Nafiah, and Kholil. 2022. "Pengembangan Digital Marketing Desa Wisata Boyolayar-Kedung Ombo Pada Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi dan Perubahan* 2 (5): 202-210.
- Bappenas, Kementerian PPN/. 2023. *Perkembangan Ekonomi Indonesia dan Dunia Triwulan IV Tahun 2022*. Vol. 6. 4 vols. Jakarta, Jakarta: Kementerian PPN/ Bappenas.
- Damayanti, Putu Widya, I Made Darma Oka, and Fransiska Fila Hidayana. 2023. "Peran Digital Marketing dalam Pengembangan Desa Wisata Di Kabupaten Tabanan." *Jurnal Kajian dan Terapan Pariwisata* 3 (2): 20-30. doi:10.53356/diparojs.v3i2.78.
- Kristiyanti, LMS, Maya Widyana Dewi, Muhammad Cholis, Karina Astari, and Nisfu Syaban. 2023. "Pengembangan Desa Melalui UMKM dan Ekowisata Di Desa Mranggen." *Jurnal Budimas* 5 (2): 1-6.
- Ningrum, Srisetia, Moh. Agus Salim Monoarfa, and Andi Juanna. 2023. "Pengaruh Digital Marketing Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Di Pantai Botutonuo." *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 6 (1): 225-241.
- Rofii, Faqih, Fachrudin Hunaini, Ngudi Tjahjono, and Muhammad Ifan Fanani. 2018. "Drone Untuk Fotografi dan Videografi Bagi Pegiat Wisata Desa Gubugklakah Poncokusumo Kabupaten Malang." *Conference on Innovation and Application of Science and Technology (CIASTECH 2018)*. Universitas Widyagama Malang. 305-314.
- Thoha, Achmad Siddik, Isnen Fitri, Devi Fitri Yanti, Ogung Hariara Emmanuel Manurung, Atur Muhammad Simamora, Laely Nurfauziah, Nia Kitami Jayanti, and Dicky Firmansyah. 2022. "Pemanfaatan Drone untuk Pemetaan Potensi Ekowisata Mangrove di Percut Sei Tuan Deli Serdang Sumatera Utara." *Seminar Nasional Pengabdian dan CSR Ke-2 Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta Tahun 2022*. Surakarta. 145-155.