

Pendampingan desa wisata Bukit Roso Wulan dalam implementasi promosi on line berbasis facebook berbentuk video

Eko Poerwanto*, Suhanto

Program Studi Teknik Industri Insitut Teknologi Dirgantara Adisutjipto

Article Info

Article history:

Received July 13, 2021
Accepted April 13, 2022
Published July 1, 2022

Kata Kunci:

Promosi
Desa wisata
Video

ABSTRAK

Kegiatan Bisnis/Industri Wisata merupakan kegiatan yang cukup kompleks dan harus terintegrasi dari seluruh komponen yang ada. Kegiatan Promosi merupakan salah satu komponen yang cukup penting dalam Industri Wisata. *Facebook* merupakan sarana/media sosial untuk komunikasi antar manusia, dan media sosial ini dapat digunakan untuk sarana promosi yang efektif dan efisien untuk mengenalkan obyek wisata "Bukit Roso Wulan". Untuk mengemas konten promosi wisata sehingga menarik bagi pengunjung, perlu dibuatkan promosi dalam bentuk video. Mengingat keterbatasan SDM yang ada penting dilakukan pelatihan dan pendampingan desa wisata "Bukit Roso Wulan", sehingga menjadi tujuan wisata yang menarik bagi seluruh masyarakat. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini diharapkan dapat mengaplikasikan konsep industri wisata di Desa Turunan, Girisuko, Panggang, Kabupaten Gunungkidul. Kegiatan selama PKM berlangsung dapat di lihat di Youtube ITDA dengan Link : <https://youtu.be/1-YZhsyBmAA>



Corresponding Author:

Eko Poerwanto,
Program Studi Teknik Industri,
Insitut Teknologi Dirgantara Adisutjipto,
Jl. Majapahit, Blok-R, Lanud Adisutjipto Yogyakarta,
Email: *ekoewtas@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Berdasarkan data BPS Kab.Gunungkidul, banyaknya wisatawan yang melakukan perjalanan ke D.I. Yogyakarta terus mengalami perubahan. Dari gambar 1 yang menunjukkan Tingkat Penghunian Kamar (TPK) Hotel Bintang, pada bulan September 2020 dibandingkan bulan Agustus 2020 mengalami penurunan dari 39,86% menjadi 36,22%. Peningkatan kunjungan wisatawan dan TPK diharapkan terus bergerak menuju ketercapaian pada bulan September 2019. Hal ini menjadi titik tolak bergeraknya semua sektor ekonomi dan pariwisata yang ada di D.I. Yogyakarta untuk terus berbenah dan meningkatkan kualitas layanan pariwisata. [1]

Tabel 1. Data BPS Kab.Gunungkidul tentang Tingkat Penghunian Kamar Hotel Bintang

Klasifikasi Hotel	Sep'19	TPK(%) Agu'20	Sep'20	Perub Sep'20 terhadap Sep'19 (poin)	Perub Sep'20 terhadap Agu'20 (poin)
Bintang 1	36,62	17,41	19,72	-16,90	2,31
Bintang 2	53,27	37,29	31,49	-21,78	-5,80
Bintang 3	49,36	39,19	39,70	-9,66	0,51

Bintang 4	52,58	39,43	33,68	-18,90	-5,75
Bintang 5	56,69	51,10	43,78	-12,91	-7,32
Seluruh bintang	51,60	39,86	36,22	-15,38	-3,64

Menggali potensi wisata yang ada di wilayah tempat tinggal untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata terus dilakukan oleh beberapa Desa di Kabupaten Gunungkidul. Masyarakat mulai menyadari adanya pengaruh positif untuk peningkatan ekonomi dengan berkembangnya sektor pariwisata. Seperti diketahui saat ini geliat sektor pariwisata terus meningkat di Kabupaten Gunungkidul. Wisatawan yang datang sengaja meluangkan waktu untuk mengunjungi obyek – obyek wisata di Gunungkidul yang terkenal dengan keindahan alamnya.

Obyek wisata Bukit Roso Wulan (BRW). Berlokasi di Padukuhan Turunan, Desa Girisuko, BRW menyuguhkan sejumlah pilihan spot menarik mulai dari *champing ground*, area memanah dan tempat untuk menyaksikan pemandangan alam. Obyek Wisata ini diprakarsai oleh Suhardiyanto, mantri RPH Bibal, Dinas Lingkungan Hidup dan Kehutanan DIY bahwa lahan seluas 25 hektar tersebut semula merupakan lahan produktif yang dialihfungsikan menjadi hutan lindung. Lahan tersebut juga tak lepas dari serangan monyet ekor panjang, sehingga tidak cocok untuk pertanian. Lantaran hal itu kemudian masyarakat berinisiatif untuk merintis tempat pariwisata guna meningkatkan perekonomian. Obyek wisata yang dirintis tahun 2018 tersebut berada dekat dengan perkampungan. Di sana para pengunjung dapat menyaksikan indahnya pemandangan wilayah Kecamatan Wonosari dan Kecamatan Patuk dari atas bukit. Beberapa spot selfi juga dapat dijumpai guna memperindah foto.

Kegiatan bisnis/industri wisata sebenarnya sangat rumit, tetapi segala sesuatu harus direncanakan dengan tepat dan efektif. Salah satu tahapan yang cukup signifikan dalam rangkaian kegiatan bisnis/industri adalah merencanakan bentuk promosi yang efektif & efisien. Media sosial masih menjadi pilihan banyak orang untuk menjalin komunikasi dengan rekan dan keluarga. Keberadaan mereka menjadi salah satu alasan mengapa *Facebook* menjadi media sosial yang banyak dijadikan media promosi online selain di situs bisnis. Penggunaan *Facebook* sebagai media promosi pun diakui relatif mudah oleh para pemain bisnis online bahkan tidak sedikit dari para pebisnis yang sudah memiliki toko fisik pun memanfaatkan *Facebook* sebagai media promosi produk. [2]

Tidak jarang juga bisnis yang sukses bermula dari mengenalkan produk mereka melalui *Facebook*. Bagaimana cara agar promosi melalui *Facebook* cukup sukses? Pertama, pastikan halaman utama *Facebook* untuk menarik konsumen karena hal ini akan menjadi daya tarik yang membuat calon konsumen memberikan *Like*. *Like* inilah yang menjadi langkah kedua yang harus didapatkan sebanyak mungkin. Ketiga, jangan lupa untuk mengenali target pelanggan dengan mencari orang-orang yang memiliki ketertarikan dengan halaman *Facebook*.

2. METODE

Metode Pelaksanaan Pengabdian pada Masyarakat ini meliputi beberapa komponen yaitu: [3]

- Sumber Daya Manusia (SDM)
Metode yang dipilih untuk memenuhi kebutuhan SDM dengan melakukan pemetaan kompetensi terhadap masyarakat Kelompok Tani Hutan “Wana Lestari II” dengan materi yang diberikan dalam pelatihan ini disesuaikan dengan kebutuhan Promosi yang dilakukan melalui *Facebook*.
- Keterbatasannya fasilitas teknologi yang mendukung.
Keterbatasan fasilitas dalam pembuatan konten video untuk promosi, diselesaikan dengan mengadakan pelatihan dan pendampingan menggunakan komputer yang terbatas kemudian menggunakan *Viewer* untuk peragaan secara visual di depan peserta. [4]
- Proses
Setelah dilakukan pengarahan tentang kebutuhan konten video untuk promosi Desa Wisata, kemudian dilanjutkan dengan pelatihan cara perancangan yang mempertimbangkan kajian ergonomi, sehingga konten video yang dibuat akan komunikatif bagi yang melihatnya.
- Produk
Menghasilkan konten video yang ergonomis untuk siap mengisi akun *Facebook* yang telah dipersiapkan sebagai media promosi Desa Wisata.
- Manajemen
Setelah melakukan sosialisasi, dilanjutkan dengan memberikan pendampingan kepada masyarakat pengelola Desa Wisata untuk selalu menjaga fasilitas dan layanan yang ada sehingga sesuai dengan konten video yang telah dibuat, sekaligus membuat perencanaan dalam

pengembangannya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

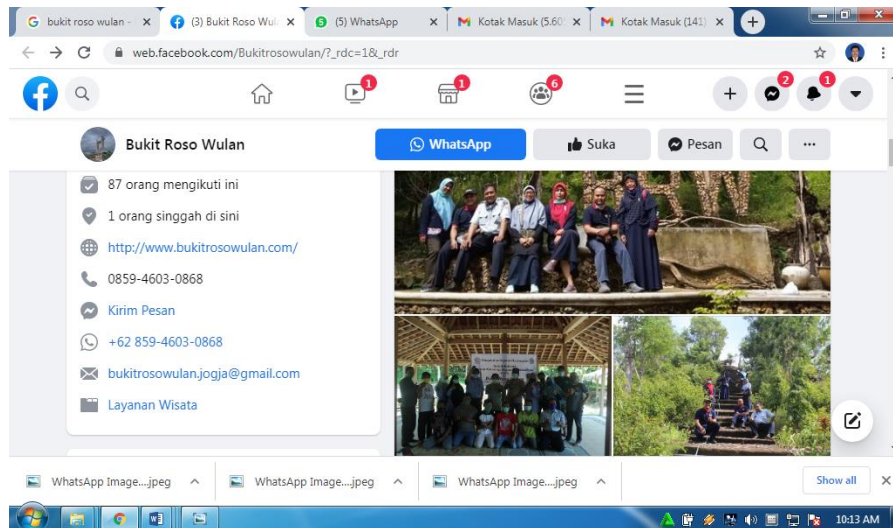
Bukit Roso Wulan merupakan salah satu tempat rekreasi yang ditawarkan Desa Wisata Turunan. Selain menyediakan tempat pemandangan dari bukit, aneka makanan khas daerah akan disediakan sebagai oleh-oleh. Pengelolaan hasil bumi perlu dikelola dengan baik. Perlu adanya pelatihan pembuatan makanan khas daerah secara lebih higienis, pengemasan yang tahan lama dan peningkatan kemampuan produksi. Mengenalkan Bukit Roso Wulan kepada seluruh masyarakat Indonesia membutuhkan promosi. Saat ini promosi hanya dilakukan dari mulut ke mulut. Perlu adanya promosi melalui media online yang saat ini menjadi alat promosi yang efektif. [5]

Kegiatan PKM di Bukit Roso Wulan, diawali dengan diskusi dengan pengurus kelompok tani hutan yang sudah terbentuk sebagai pengelola Desa Wisata “Bukit Roso Wulan”. Wilayah ini terletak di hutan jati yang dikelola oleh Dinas Kehutanan. Kegiatan diskusi dengan Pengurus dan Personil Dinas Kehutanan seperti gambar 1.:



Gambar 1. Diskusi dengan Pengurus/Pengelola Desa Wisata “Bukit Roso Wulan”

Salah satu bentuk kesepakatan konten yang akan dipublikasikan/dipromosikan adalah dengan membuat akun *Facebook* dengan tampilan yang dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Tampilan *Facebook* “Bukit Roso Wulan” yang dikelola Admin.

Beberapa informasi harus ditampilkan pada halaman *Facebook*, nomor kontak Admin dan nomor WA, serta alamat email, sehingga bagi para pengunjung akun *Facebook* “Bukit Roso Wulan”, yang tertarik dengan Obyek ini dapat berkomunikasi secara mudah. Untuk mempermudah *update* informasi yang dibutuhkan sebagai respon layanan informasi, maka Prodi Teknik Industri ITDA memberikan bantuan hibah satu paket *Hand-Phone*, Penyerahan bantuan seperti gambar 3.



Gambar 3. Peyerahan satu unit perangkat Hand-Phone kepada Pengelola “Bukit Roso Wulan”

Beberapa informasi harus ditampilkan juga di Obyek Wisata, salah satu bentuk informasi yang rencana akan dibuat adalah membuat Baliho (Papan Reklame/Informasi), pada kesempatan ini Prodi Teknik Industri ITDA memberikan bantuan dana pembuatan Baliho tersebut, penyerahan bantuan dana terlihat seperti gambar 4.



Gambar 4. Penyerahan Dana Bantuan dari Prodi TI ITDA untuk Pembatan Baliho Bukit Roso Wulan

Untuk mengisi konten informasi di media *Facebook* disamping menggunakan foto juga dibuat dalam bentuk video dengan bantuan Drone[6]. Beberapa tampilan yang dapat dilihat di Link Youtube : <https://youtu.be/1-YZhsyBmAA> , dan video yang diupload akun *youtube* ITDA (sebagai laporan kegiatan PKM Prodi TI).



Gambar 5. Tamplan Awal di Video Obyek Wisata Bukit Roso Wulan

Pembuatan konten video obyek wisata “Bukit Roso Wulan” menggunakan Drone Kamera, hal ini untuk menunjukkan kepada masyarakat dalam memanfaatkan teknologi dirgantara untuk meningkatkan pemahaman dan fungsinya, sehingga tampilan video akan lebih menarik. [7]Tampilan gambar dengan menggunakan teknologi drone dapat dilihat pada gambar 6.



Gambar 6. Tampilan Video menggunakan Drone untuk Promosi

Pengelola obyek wisata “Bukit Roso Wulan” juga perlu dibekali manajemen pengelolaan dan layanan yang prima, hal ini dilakukan untuk memuaskan para pengunjung obyek wisata. [8] Penyuluhan tentang pengelolaan dan layanan prima ini dilakukan dengan diskusi bareng dengan pengurus kelompok pengelola obyek wisata “Bukit Roso Wulan”. Kegiatan diakhiri dengan foto bersama, seperti gambar 7.



Gambar 7. Foto Bersama antara Pengelola Obyek Wisata Bukit Roso Wulan

Kegiatan PKM Prodi Teknik Industri ITDA pada semester ini difokuskan ada kegiatan Promosi lokasi wisata Bukit Roso Wulan, yang selama ini belum secara resmi dibuka untuk umum, dikarenakan masih dalam masa Pandemi Covid-19. Beberapa konten juga masih dalam pembenahan, Konten yang sudah tersedia adalah, tempat perkemahan, tempat kegiatan off-road, dan tempat foto-foto dengan view pemandangan di bukit.

Berdasarkan diskusi dengan Personil dari Dinas Kehutanan sebagai Pembina wilayah yang menjadi obyek wisata dan Pengelolaannya dilakukan oleh Kelompok Tani Hutan “Wana Lestari II”, Organisasi pengelolaannya telah memiliki pengurus, sehingga secara manajemen mudah untuk dikembangkan. [9] Pengembangan konten akan dikembangkan menjadi wilayah Agro Industri dan Wisata, [10] sehingga diharapkan Prodi Teknik Industri masih dapat mendampingi pengembangan program di wilayah desa wisata ini, dan konten video akan berkembang terus setiap periode waktu yang telah direncanakan.[11]

Kegiatan PKM untuk periode semester Ganjil TA. 2020-2021 dianggap selesai dengan diupload-nya konten kegiatan selama PKM berlangsung di Youtube ITDA dengan Link : <https://youtu.be/1-YZhsyBmAA> . Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi bukti peran Prodi Teknik Industri ITDA dalam membantu meningkatkan pemberdayaan masyarakat, khususnya pengembangan Desa Wisata “Bukit Roso Wulan”.



Gambar 8. Kegiatan Observasi Awal.

4. KESIMPULAN

Pembuatan konten video yang digunakan untuk promosi dilakukan dengan memasukkan konten kegiatan beberapa komunitas, diantaranya komunitas *off-road* pernah mencoba melakukan kegiatannya di Bukit Roso Wulan, selain menunjukkan *spot* foto dengan pemandangan yang disajikan juga fasilitas bumi perkemahan yang juga ada di lokasi wisata ini. Narasi dalam konten video juga harus disampaikan oleh seorang yang mempunyai suara yang menarik (beberapa penelitian menyarankan wanita dengan nada intonansi yang ergonomik), sehingga diharapkan para pemirsa yang melihat video tersebut menyukai (*like*) dan tertarik untuk komentar di media sosial *facebook* yang telah disediakan. Petugas Admin yang mengoperasikan aplikasi media sosial *facebook* ini harus seseorang yang profesional dalam arti setiap ada komentar atau pertanyaan yang ada harus memberikan respon yang cepat, karena hal ini merupakan bagian layanan informasi yang prima. Layanan prima ini menentukan keberhasilan penyebaran informasi yang cukup sukses nantinya. Setiap ada kegiatan yang dilakukan oleh para komunitas, hendaknya pengelola dapat mendokumentasikan untuk melakukan update konten video secara berkala.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] BPS Kabupaten Gunungkidul, "Kabupaten Gunungkidul Dalam Angka 2022." ISSN: 0215-523, 2022
- [2] A.N. Wogo, "Penggunaan Instagram Dan Facebook Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Toko Sahabat Ponsel Duta Mall Banjarmasin." *Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Albanjari, Banjarmasin*, <http://eprints.uniska-bjm.ac.id>, 2020.
- [3] S. Nurhasanah, M. Kamil, and A. Saepudin, "Pelatihan Pendamping Sosial Dalam Meningkatkan Kemampuan Fasilitasi Program Kelompok Usaha Bersama," *J. Ilmu Pendidik.*, p. 11.
- [4] D. Nugrahenny, H. Wintolo, A. Kusumaningrum, S. Sudaryanto, and H. Sajati, "Pendampingan Pengenalan Metode Pengetikan Cepat Menggunakan Microsoft Word Bagi Siswa Kelas 5 SD IT Salsabila Al Muthi'in Yogyakarta," *KACANEGERA J. Pengabd. Pada Masy.*, vol. 2, no. 1, p. 21, Feb. 2019, doi: 10.28989/kacaneegara.v2i1.406.
- [5] M. Oktavia, "Pengembangan wilayah berbasis agroindustri di kabupaten Sumenep," p. 6.
- [6] I.N. Hakim, "Pemanfaatan Konten Live Streaming Video Dalam Mempromosikan Event Pariwisata Indonesia." *Prosiding Seminar Nasional Pariwisata Dalam Pusaran Gelombang Revolusi 4.0*, ISBN-978-602-294-319-8, p.8-20, Oct.2018
- [7] A.H. Farhani, "Potensi Obyek Wisata Pantai Di Kabupaten Gunung Kidul Yogyakarta", Fakultas Sastra Dan Seni Rupa, Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2008.
- [8] Yakkum, "Sinergi Pelayanan Emergency Rehabilitasi Dan Pengembangan Masyarakat Untuk Pembangunan Berkelanjutan Di Indonesia, Menjadi Yang Terbaik Untuk Rakyat Dan Memperkuat Pengaruh Kebijakan Publik Yang Berkeadilan", Laporan Tahunan Bidang Ekstramural, 2012.
- [9] L. Agustina, "Viralitas Konten Di Media Sosial," vol. 1, no. 2, p. 13, 2020.
- [10] A. W. Purbohastuti, "Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi," *Tirtayasa Ekon.*, vol. 12, no. 2, p. 212, Oct. 2017, doi: 10.35448/jte.v12i2.4456.
- [11] Andriani. R. & Fatimah R., "Strategi Experiential Marketing Sebagai Metode Pendekatan Dalam Meningkatkan Revisit Intention Wisatawan Sabda Alam Garut", *Jurnal Kajian Ilmiah Universitas Bhayangkara Jakarta Raya*, Volume 18, No. 3, September 2018, p-ISSN 1410-9794 e-ISSN 2597-792X , p. 206-214, 2018

