

PENDAMPINGAN PEMBUATAN MEDIA PROMOSI DIGITAL DI DESA NONGKOSAWIT, KEC. GUNUNGPATI, KOTA SEMARANG

Sri Wahyuni¹, Setyoningsih Wibowo², Fitri Yulianti³

Universitas PGRI Semarang

sriwahyuni@upgris.ac.id, setyoningsihwibowo@upgris.ac.id, fitriyulianti@upgris.ac.id

Abstract

Promotion in the field of tourism has a very important role in the success of a tourist destination as a place for people to visit. Nongkosawit Village, which is located in Gunungpati is one of the tourist villages in Semarang city which has great potential for development. Promoting the beautiful part of a tourist destination is a big deal for the people in this village. The problems identified are as follows: 1) Nongkosawit Village as a tourist destination has not been widely socialized in the community, both domestically and internationally; In the management process, creative and attractive tourism promotion has not been carried out using social media which is widely used by the community, because there has been no initiative from local tourism managers. 3) Information technology has not been utilized for broader promotional purposes. On conducting this service, the team made 2 sessions: workshop and guidance to the *Pokdarwis Kandang Gunung* and *Karang Taruna Darma Putra*. The objectives of community service activities are: (1) Providing guidance and training to marginalized communities to produce commercial products based on appropriate technology and local resources as well as opportunities to access funding for micro-enterprises. (2) guiding, training and applying science and technology in Nongkosawit Village with training priorities namely: making promotions in English, digital promotions via social media, and graphic design. The output of this service activity is (1) Publication at the SNHP 2) increased empowerment of partners. In this activity, it is hoped that there will be a transfer of knowledge from the community service team in the form of creative content on social media and that residents can increase their income with digital promotions. Additional publications are online media rri.co.id, upradio.id, and derapguru.com.

Keywords: *tourist village, nongkosawit, social media, digital promotion*

Abstrak

Promosi dalam dunia pariwisata mempunyai peranan yang sangat penting dalam keberhasilan suatu destinasi wisata sebagai tempat untuk dikunjungi masyarakat. Desa Nongkosawit yang terletak di kecamatan Gunungpati kota Semarang merupakan salah satu desa wisata di kota Semarang yang memiliki potensi pengembangan yang besar. Namun desa ini masih menemui beberapa kendala dalam promosi pariwisata. Permasalahan yang teridentifikasi adalah sebagai berikut: 1) Desa Nongkosawit sebagai desa wisata belum banyak tersosialisasikan di masyarakat, baik dalam negeri maupun internasional; 2) Dalam proses pengelolaan, belum dilakukan promosi wisata yang kreatif dan menarik dengan menggunakan media sosial yang banyak digunakan masyarakat, karena belum adanya inisiatif dari pengelola pariwisata local; 3) Teknologi informasi belum dimanfaatkan untuk tujuan promosi yang lebih luas. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi, tim pelaksana pengabdian memberikan ceramah, arahan dan workshop kepada Pokdarwis dan anggota Karang Taruna Desa Nongkosawit tentang pembuatan video promosi pariwisata internasional agar dapat diketahui oleh banyak orang dari berbagai belahan dunia dan menyadari keunikan desa Nongkosawit. Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah: (1) Memberikan pembinaan dan pelatihan kepada masyarakat marginal untuk menghasilkan produk komersial berbasis teknologi tepat guna dan sumber daya lokal serta peluang akses pendanaan bagi usaha mikro (UMKM). (2) Meningkatkan jumlah

aplikasi iptek yang dikembangkan UPGRIS untuk masyarakat. Tim PKM akan membimbing, melatih dan menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi di Desa Nongkosawit dengan prioritas pelatihan yaitu: membuat promosi berbahasa Inggris, promosi digital melalui media sosial, dan desain grafis. Luaran dari kegiatan pengabdian ini (1) Publikasi pada Seminar Nasional Hasil-hasil Pengabdian (2) peningkatan pemberdayaan mitra. Dalam kegiatan ini diharapkan adanya *transfer knowledge* dari tim pengusul berupa konten kreatif di media sosial dan warga dapat meningkatkan pendapatannya dengan promosi digital. Luaran tambahan kegiatan ini adalah terbit di media online rri.co.id, upradio.id, dan derapguru.com.

Kata Kunci: Desa wisata, Nongkosawit, media sosial, promosi digital

PENDAHULUAN

Desa Nongkosawit merupakan salah satu desa wisata yang ditetapkan oleh Pemkot Semarang melalui SK Wali Kota pada 2012. Penetapan Desa Wisata Nongkosawit sebagai Desa Wisata melalui SK Walikota Semarang No.556/407 tentang penetapan Kelurahan Kandri, Kelurahan Nongkosawit Kecamatan Gunungpati, dan Kelurahan Wonolopo Kecamatan Mijen sebagai Desa Wisata Kota Semarang. SK Walikota No. 556/407 tersebut ditetapkan pada 21 Desember 2012.

Desa Nongkosawit memiliki banyak potensi wisata berbasis kearifan lokal yang bisa dikembangkan dalam bentuk wisata edukasi, dan wisata budaya. Berbagai macam konsep wisata yang menarik yang dimiliki Desa wisata Nongkosawit diantaranya yaitu *Omah Pang*, Curug Mahtukung, permainan *Nubruk Iwak* (Tubruk Ikan), *River Tubing* Kali Jedung, Kampung Osin (Kampung Olah Singkong), *Tarian Kuntulan*, *Wayang Ringut*, belajar gamelan, sawah terasering, pemerah susu sapi, dan budaya Kirab Kyai Bende. Kesenian Kirab Pusaka Kyai Bende dilakukan jika ada tamu atau wisatawan rombongan yang datang. Terdapat juga pasar kaget yang mengangkat potensi kuliner lokal desa wisata Nongkosawit seperti *Nasi Tedun* dan *Wedang Rojo* serta cenderamata berupakerajinan tangan seperti kerajinan Jenitri.

Untuk menuju desa Nongkosawit juga mudah. Kondisi jalan cukup baik dimana jalannya sudah beraspal. Waktu tempuh untuk sampai ke desa ini jika dari Kecamatan Gunungpati jaraknya \pm 6,3 km dengan waktu tempuh + 11 menit dengan menggunakan kendaraan bermotor. Sedangkan yang dari kota Semarang sekitar 20 km dan waktu tempuh \pm 30 menit dengan menggunakan kendaraan bermotor. Terdapat papan penunjuk jalan untuk menuju ke Desa Wisata Nongkosawit. Wisatawan dari luar Kota Semarang yang ingin berkunjung dapat menempuh akses terdekat dari keberangkatan mereka.

Desa Nongkosawit dapat dikembangkan menjadi desa wisata yang menjadi destinasi wisata alam dan edukasi di kota Semarang, menilik dari potensi dan fasilitas akses menuju desa yang sangat baik. Namun perkembangan desa wisata ini masih jauh dari yang diharapkan, karena tidak adanya kegiatan promosi secara gencar yang dilakukan oleh pihak pengelola desa wisata Nongkosawit,

meskipun di desa Nongkosawit memiliki sebuah organisasi yang bergerak pada bidang kesenian dan pariwisata. Pokdarwis atau Kelompok Sadar Wisata Kandang Gunung merupakan aktor yang menginisiasi terbentuknya Desa Wisata Nongkosawit. Namun dalam menjalankan tugasnya sebagai pengelola Desa Wisata Nongkosawit, Pokdarwis belum mampu menciptakan kondisi yang dapat menarik wisatawan secara berkesinambungan dalam pengelolaan Desa Wisata Nongkosawit. Promosi wisata yang dilakukan belum menggunakan teknologi dan media sosial terkini yang banyak digunakan oleh masyarakat.

Minimnya promosi seperti yang diulas di Semarang Daily (22 Juni 2019) disampaikan oleh Edelweis dan Sugiri yang telah melakukan penelitian di desa tersebut dan menemukan beberapa aspek yang perlu dibenahi, yakni melakukan promosi yang lebih giat agar masyarakat luas lebih mengetahui keberadaan desa wisata tersebut. Berdasarkan responden wisatawan didapatkan informasi bahwa akomodasi wisata di Desa Wisata Nongkosawit masih kurang memuaskan.

Pengamat pariwisata Universitas Jenderal Soedirman Chusmeru berpendapat bahwa promosi pariwisata pada saat ini memerlukan pembaruan yaitu promosi wisata lewat internet atau media sosial, yang dikenal sebagai promosi digital. Menurutnya, pada era digital saat ini *“Perlu ada promosi yang tepat sasaran, promosi yang kekinian, promosi yang efektif menarik minat wisatawan untuk datang berkunjung.”*

Berangkat dari kondisi di atas, maka perlu dibuat terobosan untuk mempromosikan potensi wisata dengan memanfaatkan banyak aplikasi media sosial yang ada. Saat ini terdapat banyak sekali aplikasi media sosial yang dapat digunakan untuk meningkatkan promosi pariwisata. Misalnya *website, Twitter, Instagram, Facebook, YouTube, Line, Path* dan masih banyak aplikasi media sosial lainnya yang dapat dimanfaatkan oleh pengelola objek wisata.

Berdasarkan hasil observasi di Desa Wisata Nongkosawit Kecamatan Gunungpati Kota Semarang dapat diidentifikasi permasalahan yang dihadapi mitra sebagai berikut:

- 1) Mereka belum mengetahui manfaat penggunaan media sosial dengan hastag atau promosi dengan Bahasa Inggris agar dikenal luas di masyarakat khususnya dalam negeri dan internasional.
- 2) Kurangnya pengetahuan tentang pemanfaatan teknologi informasi secara optimal khususnya pembuatan konten di jejaring sosial untuk tujuan periklanan.
- 3) Tidak memiliki pengetahuan desain grafis sehingga dapat membuat konten di jejaring sosial.

PELAKSANAAN DAN METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini meliputi; 1) Sosialisasi program; 2) Pelatihan pembuatan video berbasis Canva; 3) pelatihan penulisan promosi berbahasa Inggris beserta hashtag yang menarik; dan 4) Pendampingan dan tindak lanjut program.

Pada permasalahan dimana kurangnya pengetahuan tentang manfaat penggunaan hashtag dan promosi berbahasa Inggris dalam promosi desa wisata sehingga wisata desa Nongkosawit belum dikenal secara luas di masyarakat terutama masyarakat baik nasional maupun internasional. Dalam hal ini perlu adanya literasi tentang penggunaan *hashtag* dan promosi berbahasa Inggris karena *hashtag* adalah senjata sangat ampuh bagi pengguna sosial media untuk menambah jumlah followers. Dengan menggunakan bahasa Inggris maka pencarian di mesin pencari google bisa ditemukan oleh wisata mancanegara. Materi yang diajarkan adalah perbedaan dari tagar, hashtag dan mention, manfaat penggunaan hashtag, berapa maksimal hashtag, dimana kita bisa melihat hashtag yang sedang populer, bagaimana agartik tok promosi kita fyp atau viral dan contoh-contoh hashtag Instagram dan tik tok.

Untuk permasalahan kurangnya pengetahuan dalam pemanfaatan teknologi informasi secara optimal khususnya dalam pembuatan konten di jejaring sosial untuk keperluan periklanan, pada kegiatan ini tim pengabdian UPGRIS melakukan pelatihan dengan memperkenalkan kepada peserta akan pentingnya periklanan melalui jejaring sosial, dalam hal ini membuat konten tentang desa wisata. Materi yang disampaikan adalah pengertian konten, apa maksud konten beserta contohnya, kategori konten, cara membuat konten, dan konten dalam media apa pun.

Meningkatkan pengetahuan desain grafis, mendukung keterampilan pembuatan konten di jejaring sosial, di mana desain grafis sangat penting untuk pembuatan konten. Tim memberikan pelatihan tentang cara menggunakan CANVA. Desain grafis adalah proses komunikasi yang menggunakan elemen visual, seperti tipografi, fotografi, dan ilustrasi, untuk menciptakan kesadaran akan pesan yang ingin disampaikan. Alat desain grafis online CANVA, aplikasi desain grafis ini dapat digunakan secara gratis dengan kemudahan yang diberikan tanpa adanya keahlian khusus. Dokumentasi di Canva adalah pengetahuan tentang apa itu Canva, dan cara menggunakan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Workshop dilakukan dalam beberapa tahapan dengan materi yang berbeda dan dengan narasumber sesuai dengan kepakaran masing-masing. Pada sesi pelaksanaan pengabdian, peserta yang terdiri dari anggota Pokdarwis dan Karangtaruan Darma Putra menyiapkan sarana dan prasarana yang akan digunakan selama pelaksanaan. Selain itu juga menyiapkan segala sesuatunya juga seperti sound system, perkabelan dan beberapa laptop pribadi milik anggota kelompok. Tim pengabdian membantu warga yang tidak mempunyai fasilitas ini dan paketan data selama kegiatan workshop pemanfaatan teknologi berlangsung.

Tahap Pertama: Sosialisasi Program dan FGD

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan oleh dosen-dosen dari program studi Informatika dan program studi Pendidikan Bahasa Inggris Universitas PGRI Semarang dibantu oleh 15 mahasiswa dari UPGRIS. Kegiatan pelatihan ini bekerja sama dengan karang taruna “Dharma Putra” dan Pokdarwis Kandang Gunung , keluarahan Nongkosawit Semarang. Tim pengabdian merencanakan semua kebutuhan yang akan digunakan dalam pelaksanaan pengabdian. Tim pengabdian melakukan FGD (*Forum Group Discussion*) serta MoU kerjasama dengan Bp. Warsono selaku ketua Pokdarwis Kandang Gunung, Wulan sebagai Ketua Karangtaruna dan beliau bersama segenap warga menyatakan siap membantu dan bersama-sama menyelesaikan permasalahan dalam misi peningkatan ekonomi dan menumbuhkembangkan desa wisata. Bersama tim pengabdian, kelompok menentukan jadwal-jadwal pelaksanaan dan lokasi dilaksanakannya workshop dan pendampingan. Warga berpartisipasi menyediakan tempat pelaksanaan dan peralatan pendukung.

Tahap Kedua: Pembuatan Konten Desa Wisata dan *Hashtag* Berbahasa Inggris

Workshop cara membuat konten di jejaring sosial untuk tujuan periklanan merupakan materi pertama yang diberikan kepada mitra. Saat ini, penggunaan media sosial, khususnya platform Instagram dan TikTok, masih banyak digemari di masyarakat maka dijadikan bahan pelatihan untuk menyadarkan peserta akan pentingnya promosi melalui media sosial, misalnya untuk membuat konten bagi desa wisata. Pemateri pada kegiatan ini adalah para dosen program penelitian ilmu komputer dan mahasiswa KKN UPGRIS. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 29 Januari 2023 dan 5 Februari 2023. Peserta pelatihan ini yang berjumlah 25 orang merupakan gabungan karang taruna Dharma Putra dan Kepala Desa Kandang Gunung Pokdarwis Nongkosawit. Berikut proses pelaksanaan pelatihan yang dilaksanakan di Aula Kecamatan Nongkosawit.



Gambar 1.

Peserta pelatihan yang terdiri dari anggota karang taruna Dharma Putra dan anggota Pokdarwis Kandang Gunung

Rangkaian acara pelatihan adalah sebagai berikut:

1. Melatih membuat konten media sosial dan desain grafis

Pada materi pertama tentang bagaimana membuat konten di media sosial dan membuat desain grafis yang bagus untuk keperluan promosi wisata dengan menggunakan aplikasi CANVA. Peserta diberi materi dan praktek langsung bagaimana cara membuat konten kreatif (foto-video) sebagai media untuk mempromosikan Desa Wisata Nongkosawit. Peserta diberikan trik membuat video pendek untuk keperluan promosi wisata.

Sebagian besar peserta anak muda sudah mengenal CANVA , hanya saja mereka masih belum bisa menggunakan secara kreatif dan efektif terutama untuk keperluan promosi. Sehingga dalam pelatihan ini mereka bisa berpraktek dengan menggunakan trik-trik yang diberikan. Sedangkan dari kalangan pengurus pokdarwis yang kebanyakan adalah bapak-ibu yang bukan dari kalangan muda membutuhkan waktu yang lebih lama untuk menggunakan aplikasi CANVA karena mereka sama sekali tidak pernah menggunakannya dalam keseharian. Dengan dibantu mahasiswa maka peserta yang belum bisa ini didampingi saat pelatihan untuk menginstal sampai mencoba aplikasinya.



Gambar 2. Pelatihan menggunakan CANVA



Gambar 3. Peserta berpraktek membuat konten dengan CANVA

2. Melatih membuat konten promosi dan hashtag berbahasa Inggris

Materi pelatihan kedua adalah pelatihan untuk menggunakan konten promosi dan hastag dalam Bahasa Inggris. Hastag berbahasa Inggris memiliki peran besar dalam promosi brand apapun dan dalam hal ini sangat penting dalam promosi wisata. Dengan menggunakan hastag berbahasa Inggris maka orang-orang dari luar Indonesia juga dapat menelusuri dan menemukan promosi yang dibuat dengan menggunakan kata kunci promosi wisata yang sedang populer.

Peserta pelatihan dilatih untuk membuat hastag berbahasa Inggris dengan menggunakan konten desa wisata Nongkosawit. Para peserta mencoba untuk membuat konten sesuai dengan materi pertama dan dilanjut dengan menyiapkan konten promosi desa wisata dengan hastag dalam Bahasa Inggris.

Pada materi terakhir para peserta diberikan pelatihan bagaimana penulisan hastag yang benar, baik dan efektif untuk keperluan promosi. Peserta diberikan tips bagaimana untuk membuat hastag dalam Bahasa Inggris baik yang secara umum maupun yang secara khusus untuk keperluan wisata. Peserta berlatih untuk menulis hastag dengan kreasi mereka sendiri tapi dengan menggunakan panduan dari pemateri tentang tips dan trik cara membuat hastag berbahasa Inggris.



Gambar 4. Pelatihan tips dan trik membuat *hashtag* berbahasa Inggris

Tahap Ketiga: Pendampingan dan Evaluasi

Evaluasi bertujuan memperbaiki kekurangan dalam pelaksanaan pengabdian. Setiap kegiatan dievaluasi dan perbaikan berdasarkan hasil evaluasi pada kegiatan berikutnya. Setelah kegiatan selesai, kemudian diadakan evaluasi dan refleksi hasil kerja penyuluhan untuk mengetahui penguasaan peserta terhadap materi yang telah disampaikan. Keberhasilan kegiatan ini dilihat dari indikator keberhasilan peningkatan pengetahuan, yaitu:

- 1) Mempunyai pengetahuan tentang penggunaan promosi dan *hashtag* berbahasa Inggris
- 2) Mempunyai pengetahuan tentang membuat konten desa wisata yang menarik
- 3) Mempunyai pengetahuan tentang desain grafis

Dalam pelaksanaan ceramah/penyuluhan ini ada beberapa hambatan yang kami alami diantaranya adalah:

- 1) Daya tangkap para peserta yang berbeda-beda sehingga ada materi yang tidak dapat dicerna dengan baik oleh sebagian peserta.
- 2) Adanya keterbatasan waktu kegiatan karena warga bekerja full time jadi hanya bisa dilakukan di hari libur.
- 3) Memberikan pengetahuan tentang tips dan trik membuat *hashtag* berbahasa Inggris

PENUTUP

Simpulan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang diberikan oleh Tim PKM UPGRIS ini bertujuan untuk membantu mengembangkan potensi wisata yang dimiliki oleh desa Nongkosawit. Tim memberikan pelatihan kepada anggota karang taruna “Dharma Putra” Desa Nongkosawit dan juga kepada para pengurus pokdarwis Kandang Gunung. Materi pelatihan adalah bagaimana para peserta mampu membuat konten di media sosial dengan menggunakan aplikasi desain grafis CANVA. Dan peserta juga dilatih untuk membuat promosi dengan hastag dalam bahasa Inggris di konten yang mereka buat, khususnya konten berupa promosi wisata di Desa Nongkosawit. Hastag berbahasa Inggris ini diharapkan dapat membantu mengenalkan atau mempromosikan potensi wisata di desa ini secara luas terutama ke manca negara. Dengan menggunakan hastag berbahasa Inggris maka promosi akan mudah diterlusuhi secara internasional.

Kegiatan ini telah terlaksana dengan lancar dengan dibantu oleh para mahasiswa yang siap mendampingi para peserta pada saat menginstal, membuat konten dan membuat hastag berbahasa Inggris. Kegiatan terlaksana sesuai jadwal yang telah disepakati dengan mitra. Secara keseluruhan, tahapan kegiatan ini telah berhasil dimana ada hasil kegiatan yang bisa diunggah di media sosial pada pengurus pokdarwis Kandang Gunung. Untuk ketrampilan dalam membuat konten, terutama untuk kelompok karang taruna, mereka tidak mengalami kendala yang berarti karena mereka sudah terbiasa membuat konten di media sosial. Mereka hanya menyesuaikan untuk menggunakan hastag berbahasa Inggris. Sedangkan di kelompok pokdarwis Kandang Gunung yang lebih didominasi oleh usia paruh baya, mereka membutuhkan bantuan mahasiswa untuk membuat konten dengan aplikasi CANVA dan juga penggunaan hastag Bahasa Inggris. Walau sedikit tersendat, mereka tetap berusaha untuk membuatnya.

Dari kegiatan ini dapat disimpulkan sebenarnya pelaku wisata di desa Nongkosawit perlu lebih sering didampingi dalam upaya untuk meningkatkan promosi yang lebih luas dan peningkatan sarana dan layanan wisata di desa mereka.

Saran

Dari hasil pelatihan dan pendampingan diperoleh data bahwa keberadaan media sosial dan unggahan video promosi yang tepat akan mendongkrak kunjungan wisatawan dan otomatis dapat menambah pendapatan warga Desa Nongkosawit. Oleh karena itu warga Nongkosawit diharapkan semakin rajin membuat video promosi yang berkualitas, jujur, kreatif, dan atraktif.

DAFTAR PUSTAKA

Rokhani dan Hafidhuddin, M.A. 2022. *Digitalisasi Media Promosi Desa Wisata Penglipuran Bali Melalui Program Magang Bersertifikat (Studi Kasus Pada Program Magang Bersertifikat Vanguard Desa Wisata PT. Tourindo Guide Indonesia di Desa Wisata Penglipuran-Bali)*. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Jember.

Manoban, G.V.A. et.al. 2022. *Pendampingan bagi Kelompok Sadar Wisata NUSA IMPIAN Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung melalui Digital Marketing di Desa Wisata Pulau Lemukutan*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang

Suprobowati, Dewi. et.al. 2022. *Strategi Pengembangan Desa Wisata Kreatif Berbasis Masyarakat Kearifan LokalHendrosari Gresik*. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Dr. Sutomo

Titi Sundari, Eva. et.al. (2022). *Strategi Pengembangan Potensi Desa Wisata dalam Rangka Peningkatan Ekonomidi Kelurahan Bringin, Surabaya*. Lembaga penelitian dan pengabdian masyarakat (LPPM) Universitas KH. A. Wahab Hasbullah (UNWAHA)

Prakoso, A.A. 2022. *Transformasi Desa Wisata*. Purwokerto: CV Pena Persada

Nurdin, Riani dan Astuti, Marni. (2022). *Pendampingan digital marketing untuk pengembangan desa wisata menggunakan media sosial di dusun Turunan Girisuko Panggang Gunungkidul*. KACANEGARA Jurnal Pengabdian pada Masyarakat_ Institut Teknologi Dirgantara Adisutjipto (IDTA).