

Optimizing Social Media for Doplang Tourism Village Empowerment

Optimalisasi Media Sosial Untuk Pemberdayaan Desa Wisata Doplang

Senowarsito*¹, Yuli Kurniati Werdiningsih², Ibnu Fatkhu Royana³, Andi Priyolistiyanto⁴

^{1,2,3,4} Universitas PGRI Semarang

¹Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Fakultas Pendidikan Bahasa dan Sastra, Universitas PGRI Semarang

²Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Daerah, Fakultas Pendidikan Bahasa dan Sastra, Universitas PGRI Semarang

³Program Studi Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial dan Keolahragaan, Universitas PGRI Semarang

⁴Program Studi Pendidikan Teknik Informasi, Fakultas Pendidikan Matematika, Ilmu Pengetahuan Alam dan Teknologi Informasi, Universitas PGRI Semarang

*e-mail: senowarsito@upgris.ac.id¹, yulikurniati@upgris.ac.id², ibnufatkhuroyana@upgris.ac.id³, andipriyolistiyanto@upgris.ac.id⁴

Abstract

The various problems experienced by Doplang Village are the lack of competence and capacity of managers in developing local potential and the absence of involvement of all elements for the role of communities in the advancement of tourist villages.. Another problem is the not optimal use of sosial media in the development of tourist villages. The resolution presented by the team is the competence and capacity of managers in developing lokal potential to support the creation of a tourist village. The various solutions offered will be realized in the form of comprehensive outreach, training, mentoring, monitoring and evaluation in order to obtain optimal results. For this reason, the Sosial Media Optimization program for Empowering Tourism Villages in Doplang needs to be implemented immediately in order to increase the competence and capacity of youth. This program is more focused on empowering the lokal potential of Doplang Village through facilitation and capacitation of Karang Taruna in Doplang Village. The outcome of this endeavor is a rise in the capacity of youth organizations; the pioneering Doplang tourist village managed by Karang Taruna.

Keywords: Sosial Media, Tourism Village, Lokal Potential

Abstrak

Berbagai permasalahan yang dialami oleh Desa Doplang adalah kurangnya kemampuan dalam pengelolaan potensi lokal serta belum adanya pelibatan seluruh elemen masyarakat dalam pengembangan desa wisata. Masalah lain yaitu belum optimalnya penggunaan media sosial dalam pengembangan desa wisata. Adapun solusi dari tim adalah kompetensi dan kapasitas dari pengelola dalam pengembangan potensi lokal untuk mendukung terciptanya desa wisata. Berbagai solusi yang ditawarkan tersebut akan akan diwujudkan dalam bentuk sosialisasi, pendampingan, pelatihan, evaluasi dan monitoring, secara komprehensif guna mendapatkan hasil yang optimal. Untuk itu, program Optimalisasi Media Sosial sebagai sarana pemberdayaan desa wisata perlu segera dilaksanakan guna meningkatkan kompetensi dan kapasitas para pemuda di Doplang. Program ini lebih difokuskan pada pemberdayaan potensi lokal yang dimiliki Desa Doplang melalui Fasilitasi dan kapasitas kepada Karang Taruna di Desa Doplang. Adapun luaran pengabdian ini adalah peningkatan kualitas karang taruna; adanya rintisan desa wisata Doplang yang diurus oleh Karang Taruna.

Kata kunci: Media Sosial, Desa Wisata, Potensi Lokal

1. PENDAHULUAN

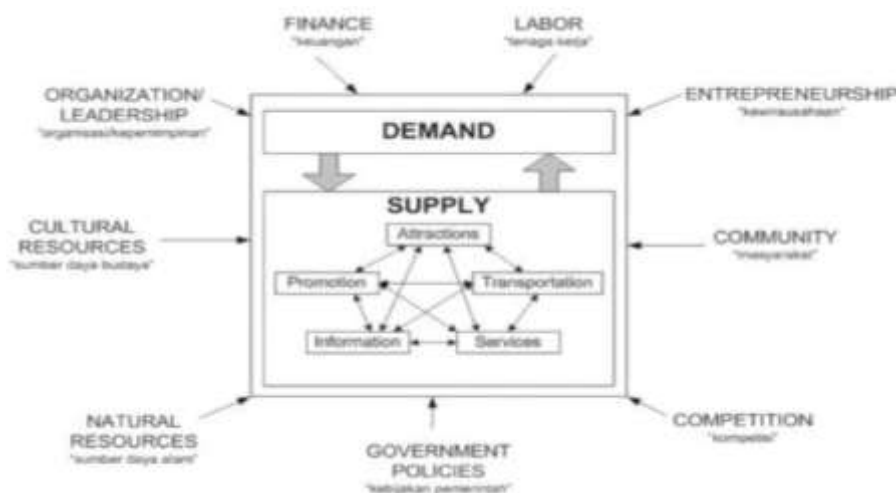
Secara letak geografis, Desa Doplang terletak di lereng bukit Kendalisodo. Desa Doplang berbatasan dengan beberapa desa di sekitarnya. Di sisi utara, terdapat batas dengan Desa Harjosari Kecamatan Bawen, sedangkan di sisi selatan, berbatasan dengan Kelurahan Kupang

dan Baran Kecamatan Ambarawa. Di sisi barat, berbatasan dengan Desa Mlilir Kecamatan Bandungan. Sementara itu, di sisi timur, berbatasan dengan Kelurahan Bawen Kecamatan Bawen.

Berdasarkan informasi demografi, Desa Dopleng terdiri dari 1815 keluarga dengan total populasi sekitar 5517 orang. Mayoritas penduduknya bekerja sebagai karyawan swasta. Mayoritas warga Desa Dopleng memiliki pendidikan hingga tingkat Sekolah Dasar (SD). Wilayah Desa Dopleng yang mencakup kira-kira 277 hektar terdiri dari 7 dusun. Dusun-dusun tersebut adalah Jurangsari, Pelemsari, Krajan, Jatisari, Candi, Gentan, dan Klotok. Setiap dusun memiliki potensi wisata unik seperti Camp Kendalisodo, sumber air hangat di Klotok, atraksi budaya di Jurangsari dan Klotok, pendidikan pertanian di Palemsari, pertanian magot di Krajan, serta acara bazar Ramadhan di dusun Candi.

Pengembangan desa wisata pada dasarnya dilakukan dengan potensi yang dimiliki setiap desa untuk nantinya bisa menjadi keunggulan wisata (Tyas & Damayanti, 2018). Dengan memanfaatkan potensi wisata yang ada, Desa Dopleng baru saja mengumumkan peluncuran Program Desa Wisata melalui BUMDes Usaha Praja. Program ini diharapkan akan menjadi sumber utama pendapatan desa dan upaya pemberdayaan masyarakat. Kotler dan Keller (2016) menyatakan terdapat faktor internal dan eksternal yang mampu mempengaruhi konsumen sehingga memunculkan minat beli. Faktor internal merupakan faktor dari diri dalam konsumen dengan bentuk kepercayaan dan sikap konsumen pada produk dan atau jasa. Adapun faktor dari eksternal antara lain sikap orang lain dan situasi di tempat atau lokasi pembelian. Minat untuk berkunjung dapat di pengaruhi oleh promosi dan lokasi (Prabowo, 2019).

Menurut Gunn dan Var (2002), Sistem pariwisata terbentuk melalui interaksi antara aspek persediaan (supply) dan permintaan (demand) yang berjalan sejajar. Faktor persediaan melibatkan elemen daya tarik, akomodasi, transportasi, layanan, informasi, dan promosi. Sementara itu, faktor permintaan mencakup semua elemen yang berhubungan dengan keinginan pariwisata yang muncul dari para wisatawan. Lebih lanjut Gunn dan Var (2002) mengemukakan bahwa Terdapat minimal sembilan faktor eksternal dalam kerangka pariwisata, termasuk: (a) aset alam; (b) budaya; (c) usaha; (d) finansial dan pendanaan; (e) tenaga kerja; (f) persaingan; (g) masyarakat; (h) arahan pemerintah, melibatkan berbagai regulasi pemerintah di tingkat nasional, regional, dan lokal yang berdampak pada perkembangan sektor pariwisata; dan (i) organisasi/struktur institusi. [Gambar 1].



Gambar 1. Kerangka pariwisata dan variabel luar
Sumber: Gunn dan Var (2002)

Pengembangan wisata perlu memperhatikan tiga aspek yaitu promosi, kreativitas dan penyelenggaraan event-even khusus (Sumastuti dkk, 2021). Sayangnya, program ini terpaksa seketika terhenti dengan adanya pandemi covid-19. Covid-19 berpengaruh besar terhadap

aspek pariwisata, yang menjadikan sentra pariwisata menurun drastis karena larangan bepergian (Larasati & Sulistianingsih, 2021). Selain itu, minimnya pelibatan elemen pemuda dalam pemberdayaan desa wisata di Doplang juga menjadi masalah utama dalam terhentinya kegiatan desa wisata. Permasalahan lain yang urgensinya lebih tinggi adalah belum optimalnya penggunaan media sosial dalam pengembangan Desa Wisata Doplang. Meskipun Desa Doplang memiliki akun Instagram yang cukup aktif, namun sayangnya belum dioptimalkan penggunaannya untuk pengembangan Desa Wisata.

Dengan berbagai permasalahan di atas maka tim pengabdian berencana melaksanakan pengabdian kepada masyarakat dengan judul "Optimalisasi Media Sosial Untuk Pemberdayaan Desa Wisata Doplang"

2. METODE

Program telah dilaksanakan secara bertahap, Berdasarkan urutan masalah yang telah diidentifikasi dan setujuan bersama antara tim inisiatif dan mitra terlibat, metode yang akan diterapkan dalam program ini meliputi sosialisasi, pelatihan, pendampingan, pemantauan, evaluasi, dan bimbingan. Sebelum penerapan seluruh metode ini, tahap awal adalah observasi untuk mengonfirmasi permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Berikut detail metode yang digunakan:

A. Sosialisasi

Sosialisasi dijalankan dengan tujuan untuk memberikan pemahaman mengenai konsep dan pelaksanaan terkait pemanfaatan media sosial secara efektif sebagai alat untuk memajukan pengembangan desa wisata.

B. Pelatihan

Pelatihan akan dilaksanakan dengan teknis yang sama dengan sosialisasi. Pelatihan diberikan kepada para pengurus karang taruna di Desa Doplang. Keterampilan yang telah dilatihkan adalah (1) Teknik Penggunaan Media Sosial; (2) Teknik Optimalisasi Media Sosial dalam Pengembangan Desa Wisata; (3) teknik pengembangan akun sosial media, dan (4) teknik pengembangan content sosial media.

C. Pendampingan

Pelaksanaan program pendampingan akan dijalankan dengan menggunakan pendekatan partisipatif, yang berarti mitra yang sedang dibina akan secara aktif terlibat dalam semua langkah dan aktivitas pembinaan. Ini meliputi tahapan pelatihan, sesi diskusi, serta praktik bersama. Pendampingan dilakukan baik pada saat sosialisasi, pelatihan, maupun pasca pelatihan oleh Tim Pengusul. Adapun pendampingan dapat dikelompokkan sebagai berikut.

- 1) Pendampingan optimalisasi media sosial
- 2) Pendampingan pengelolaan akun sosial media
- 3) Pendampingan pengembangan content sosial media
- 4) Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan Evaluasi akan dilakukan secara berkala di setiap akhir tahapan. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan berbagai masukan dan informasi baru dalam pelaksanaan pelatihan serta pendampingan. Monitoring dan evaluasi secara bertahap ini diharapkan dapat digunakan untuk penyempurnaan sistem dan metode yang kurang tepat sasaran. Selain evaluasi secara bertahap, pelaksanaan program ini juga akan di evaluasi bersama di akhir tahapan dan hasilnya dapat digunakan untuk meningkatkan manfaat program ini.

Untuk dapat mengukur ketercapaian, dilihat dari luaran yang dihasilkan dari sosialisasi, pelatihan, pendampingan, monitoring, evaluasi, dan pendampingan apakah terdapat luaran yang

dipakai sebagai bahan peningkatan daya tarik wisatawan. Selain itu, kemandirian warga ketika sudah tidak di damping apakah masih terus berjalan hasil pendampingan sebelumnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM telah selesai dilaksanakan. Secara berurutan, kegiatan sosialisasi, pelatihan, pendampingan, monitoring dan evaluasi telah dilaksanakan mulai bulan Maret tahun 2022 sampai Bulan Maret tahun 2023. Pada tahap sosialisasi dan pelatihan difokuskan tentang (1) Pengembangan Desa Wisata Berbasis Potensi Lokal; (2) Pemanfaatan Media Sosial dalam Pengembangan Desa Wisata; (3) Teknik Optimalisasi Media Sosial dalam Pengembangan Desa Wisata; (4) Best Practice Pengelolaan Desa Wisata Berbasis Kekayaan Alam melalui Optimalisasi Media Sosial di Desa Bendosari Kecamatan Plantungan Kabupaten Kendal. Rincian kegiatan sosialisasi dan pelatihan tahap pertama dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Pemberian materi sosialisasi dan pelatihan pengembangan media sosial dalam pengembangan desa wisata oleh pemateri 1 (a) dan pemateri 2 (b)

Sedangkan pada pendampingan kedua terhadap para peserta khususnya para pengurus Karang Taruna dalam optimalisasi media sosial, pengelolaan akun sosial media, dan pengembangan content sosial media sebagai sarana pengembangan Desa Wisata Dopleng.

Peserta kegiatan PKM adalah para pengurus Karang Taruna yang merupakan perwakilan dari 7 dusun di Desa Dopleng. PKM dilaksanakan secara offline (luring) baik saat sosialisasi, pelatihan, maupun pendampingan. Materi disampaikan oleh tim PKM dengan metode tanya jawab dan diskusi. Tim Pengabdian yang juga melibatkan mahasiswa dalam seluruh kegiatan PKM ini dan membagi tugas sesuai bidang keahliannya serta kompetensinya. Adapun hasil atau luaran yang telah dicapai dalam kegiatan sebagai berikut.

- a) 100% pengurus Karang taruna telah mengikuti mengikuti sosialisasi dan pelatihan Optimalisasi Media Sosial untuk Pemberdayaan Desa Wisata di Dopleng Kecamatan Bawen Kabupaten Semarang
- b) Sekurang-kurangnya 80% pengurus karang taruna telah memiliki pemahaman tentang Pengembangan Desa Wisata Berbasis Potensi Lokal
- c) Sekurang-kurangnya 80% pengurus karang taruna telah memiliki pengetahuan tentang Pemanfaatan Media Sosial dalam Pengembangan Desa Wisata;
- d) Sekurang-kurangnya 80% pengurus karang taruna telah memiliki pengetahuan tentang

Teknik Optimalisasi Media Sosial dalam Pengembangan Desa Wisata;

- e) Sekurang-kurangnya 80% pengurus karang taruna telah memiliki pengetahuan tentang Best Practice Pengelolaan Desa Wisata Berbasis Kekayaan Alam melalui Optimalisasi Media Sosial di Desa Bendosari Kecamatan Plantungan Kabupaten Kendal.
- f) Sekurang-kurangnya 80% pengurus karang taruna telah memiliki keterampilan tentang optimalisasi media sosial, pengelolaan akun sosial media, dan pengembangan content sosial media untuk pengembangan Desa Wisata Doplang.

Pengembangan desa wisata harus didukung dengan potensi lokal yang ada. Sudah banyak SDM yang sebenarnya baik, memilki pendidikan yang baik pula. Namun kemauan dari masyarakat lokal yang enggan untuk meningkatkan potensi lokal yang masih menjadi masalah pengembangan desa wisata (Hermawan, 2016). Anak-anak muda lokal di desa wisata perlu dorongan lebih agar mau meningkatkan potensi wisata. Dengan kemampuan anak muda dalam menggunakan media sosial, promosi-promosi potensi desa seharusnya tidak sulit untuk dilakukan.

Dengan diberlakukannya Undang-Undang Nomor 12 tahun 2008 tentang Pemerintah Daerah, pemerintah daerah diberi kesempatan untuk mengelola serta memaksimalkan potensi lokal secara independen, termasuk dalam mengurus sektor pariwisata (Trisnawati et al., 2018). Sehingga potensi lokal desa wisata sangat ditentukan oleh masyarakat lokal itu sendiri.

Melalui sosialisasi dan pelatihan ini, kepedulian dan peran serta masyarakat Desa Doplang dalam meningkatkan potensi lokal Desa Doplang terutama dalam media sosial menjadi meningkat. Hal ini dibuktikan dengan aktifnya media sosial berupa Instagram yang semakin aktif dan kreatif dalam setiap postingannya untuk meningkatkan potensi desa wisata. Sosialisasi pemasaran digital sebagai wahana pemasaran desa wisata sangat penting di zaman teknologi seperti sekarang ini (Indrawan et al., 2023)

4. KESIMPULAN

PKM dengan judul Optimalisasi Media Sosial untuk Pemberdayaan Desa Wisata di Doplang Kecamatan Bawen Kabupaten Semarang dilaksanakan secara luring. Meskipun kebanyakan kegiatan dilaksanakan di malam hari, namun antusiasme para peserta sangat tinggi. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya diskusi hal yang dijadikan sebagai bahan diskusi. Hasil dari PKM ini adalah seluruh pengurus karang taruna telah menerima sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan tentang Optimalisasi Media Sosial untuk Pemberdayaan Desa. Meskipun demikian, nampaknya para peserta masih memerlukan pelatihan dan pendampingan di bidang pemasaran desa wisata secara digital, serta penyusunan paket-paket wisata berdasarkan potensi lokal tiap dusun sehingga pengembangan desa wisata akan lebih komprehensif dan massif di tiap dusun.

DAFTAR PUSTAKA

- Gunn, C. A. & Var, T. (2002). *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*. London: Routledge
- Hermawan, H. (2016). DAMPAK PENGEMBANGAN DESA WISATA NGLANGGERAN TERHADAP EKONOMI MASYARAKAT LOKAL. *Jurnal Pariwisata*, III(2). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp>
- Indrawan, R., Septriarini, E., Burhanudin, L., & Mulyana, A. R. (2023). *Socialization and Digital Marketing Workshop for SMEs in Ngamprah District, West Bandung Regency Sosialisasi dan Workshop Digital Marketing pada UMKM di Kecamatan Ngamprah Kabupaten Bandung Barat*. 7(1), 248–256.
- Kotler, Philip dan Lane Keller, Kevin. 2016, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kelima Belas. Jakarta: Erlangga
- Larasati, P. A., & Sulistianingsih, D. (2021). Urgensi Edukasi Program Vaksinasi Covid-19

- Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 10 Tahun 2021. *Jurnal Pengabdian Hukum Indonesia*, 04(01), 99–111.
- Nitisusastro, M. 2010. Kewirausahaan dan manajemen usaha kecil. Alfabeta: Bandung
- Parasuraman A., dan Valarie A. Zeithaml, Leonard L. Berry, 1985. A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research *The Journal of Marketing*, Vol. 49, 41-50
- Prabowo, Heri. 2019. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Di Raman Margasatwa Semarang. *Jurnal BBM (Buletin Bisnis & Manajemen* Jilid 5. Diunduh tanggal 20 April 2019. <http://journal.stie-yppi.ac.id/index.php/BBM/article/viewFile/262/210>
- Sumastuti, Effriyani, Heri Prabowo, Qristin Violinda. 2021. Pengembangan Wisata Kota Semarang. *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata dan Budaya* Jilid 12, 2021. Diunduh tanggal 20 April 2020. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/khasanah/article/view/8889>
- Trisnawati, A. E., Wahyono, H., & Wardoyo, C. (2018). Pengembangan Desa Wisata dan Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal. *Jurnal Pendidikan*, 3(1), 29–33. <http://journal.um.ac.id/index.php/jptpp/>
- Tyas, N. W., & Damayanti, M. (2018). Potensi Pengembangan Desa Kliwonan sebagai Desa Wisata Batik di Kabupaten Sragen. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 2(1), 74. <https://doi.org/10.29244/jp2wd.2018.2.1.74-89>
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2008 Tentang Kepariwisata