

Optimalisasi Media Sosial Dalam Upaya Promosi Potensi Wisata Desa Cupunagara Kecamatan Cisalak

Annisa Fitriani*, Ria Santika, Mutia Shafadillah, Kesda
Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Subang, Subang, Indonesia
*Corresponding author, email: annisa.23@gmail.com

Diterima: 7 Desember 2023, Direvisi: 28 Desember 2023, Terbit: 31 Desember 2023

Abstract

The problem with this service is the lack of marketing aspects in introducing the various tourism potentials that exist in Cupunagara Village. This is the main focus in implementing the KKN activity work program. The solution that can be done is to do digital marketing, namely optimizing Instagram social media as a promotional medium. Instagram was chosen as a promotional medium because using Instagram is easy to do by prioritizing visual appearance so that it attracts more attention when using social media than Facebook or Twitter. Cupunagara Village is one of the villages in Cisalak District, Subang Regency. Cupunagara Village has four hamlets, namely: Bukanagara Hamlet, Sukamulya Hamlet, Ciwangun Hamlet, Cibitung Hamlet. The aim of implementing this community service is to implement promotional strategies through Instagram social media so that it can maximize the development of tourism potential in Cupunagara Village, so that it can be more optimal. The method used in community service activities to optimize Instagram social media for developing tourism potential in Cupunagara Village uses 2 stages, namely counseling & discussion and implementation. The result of this activity is increased public awareness of developing potential in Cupunagara Village and the importance of promoting through Instagram media. Suggestions that can be given for the sustainability of community service activities are to continue using Instagram as a media for promoting tourism potential in Cupunagara Village as a means of increasing tourism potential.

Keywords: Social media optimization; promotion; tourism potential.

Abstrak

Permasalahan pada pengabdian ini kurangnya aspek pemasaran dalam memperkenalkan berbagai potensi wisata yang ada di Desa Cupunagara. Hal ini menjadi fokus utama dalam pelaksanaan program kerja kegiatan KKN ini. Solusi yang bisa dilakukan adalah dengan melakukan *digital marketing* yaitu mengoptimalkan media sosial Instagram sebagai media promosi. Dipilihnya Instagram sebagai media promosi karena penggunaan Instagram mudah dilakukan dengan mengutamakan tampilan visual sehingga lebih menarik perhatian penggunaan media sosial daripada *Facebook* atau *Twitter*. Desa Cupunagara merupakan salah satu desa di Kecamatan Cisalak, Kabupaten Subang. Desa Cupunagara memiliki empat dusun, yaitu: Dusun Bukanagara, Dusun Sukamulya, Dusun Ciwangun, Dusun Cibitung. Tujuan dari pelaksanaan pengabdian kepada Masyarakat ini yaitu menerapkan strategi promosi melalui media sosial instagram sehingga dapat memaksimalkan pengembangan potensi wisata di Desa

Cupunagara, sehingga bisa lebih optimal. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk pengotimalan media sosial Instagram bagi pengembangan potensi wisata di Desa Cupunagara menggunakan 2 tahapan yaitu penyuluhan & diskusi serta implementasi. Hasil dari kegiatan ini yaitu meningkatnya kesadaran masyarakat untuk mengembangkan potensi di Desa Cupunagara serta pentingnya melakukan promosi melalui media Instagram. Saran yang dapat diberikan untuk keberlanjutan dari kegiatan pengabdian kepada Masyarakat adalah melanjutkan penggunaan Instagram sebagai media promosi potensi wisata yang ada di Desa Cupunagara sebagai ajang meningkatkan potensi wisata.

Kata-kata kunci: Optimalisasi media sosial; promosi; potensi wisata.

PENDAHULUAN

Industri pariwisata dalam beberapa dekade terakhir telah dipercaya dalam mengurangi kemiskinan serta meningkatkan pendapatan daerah dan nasional (*Gross Domestic Product/GDP*). Sebagai contoh, di Asia Pasifik, seperti dikutip dalam laporan tahunan WTTC (World Travel and Tourism Council) tahun 2016, kontribusi sektor perjalanan dan pariwisata terhadap pertumbuhan GDP diindonesia adalah 5,8% (Sari, 2019). Pembangunan pariwisata saat ini diarahkan kepada Pembangunan pariwisata yang berkelanjutan. Strategi yang paling gencar digunakan dalam Pengembangan pariwisata berkelanjutan salah satunya, yaitu Pengembangan yang didasarkan atas prinsip pemberdayaan berbasis masyarakat (*Community Based Tourism*). (Budiani et al., 2018).

Merujuk pada undang-undang nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, yang dimaksud dengan kepariwisataan adalah “ seluruh kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multi disiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antar wisatawan dan Masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, dan pengusaha”. (Setiawan, 2016). Destinasi pariwisata merupakan suatu Kawasan atau wilayah yang menyuguhkan beberapa hal yang menarik bagi wisatawan lokal maupun luar (Batubara et al., 2021). Pengembangan pariwisata disuatu daerah tujuan wisata harus didasarkan pada perencanaan, pengembangan dan arah pengelolaan yang jelas agar semua potensi yang dimiliki suatu daerah tujuan wisata dapat diberdayakan secara optimal untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Gunawan et al., 2016).

Pelaksanaan KKN dalam program ISS-MBKM berjalan selama 4 bulan. Konsep pengabdian kepada masyarakat ini mengambil tema Implementasi KKNM-MBKM

Melalui Program Inovasi Desa Pemberdayaan Masyarakat Dalam Rangka Pembangunan Subang Jaya, Istimewa dan Sejahtera. Program ini diharapkan memberikan keterampilan dalam berinteraksi dengan masyarakat, mengikuti norma (baik agama maupun sosial) yang berlaku dimasyarakat dan membantu masyarakat dalam menyelesaikan permasalahan dalam membangun desa, sehingga akan memperkuat karakter mahasiswa yang *masagi : pengkuh agamana tur rancage digawena*.

Desa Cupunagara merupakan salah satu desa di Kecamatan Cisalak, Kabupaten Subang. Desa Cupunagara memiliki empat dusun, yaitu : Dusun Bukanagara, Dusun Sukamulya, Dusun Ciwangun, Dusun Cibitung. Desa ini memiliki wilayah dengan tinggi mencapai 1040 mdpl dari permukaan laut di Kecamatan Cisalak, desa Cupunagara mempunyai struktur tanah perbukitan, lereng, sawah, perkebunan.

Desa Cupunagara sebagai salah satu desa yang memiliki berbagai potensi pada aspek pertanian dan kehutanan dan utamanya potensi pada objek wisata. sayangnya hanya beberapa wisata saja yang pada akhirnya dikelola dan dikembangkan. Bahkan masyarakat Desa Cupunagara sendiri belum banyak yang mengetahui dan mengunjungi potensi wisata yang ada didesanya. Hal ini dikarenakan kurangnya kesadaran dan kepedulian masyarakat akan potensi wisata yang ada di Desa Cupunagara.

Selain permasalahan diatas, kurangnya aspek pemasaran dalam memperkenalkan berbagai potensi wisata yang ada di Desa Cupunagara menjadi fokus utama dalam pelaksanaan program kerja kegiatan KKN ini. Solusi yang bisa dilakukan adalah dengan melakukan *digital marketing* yaitu mengoptimalkan media sosial Instagram sebagai media promosi. Dipilihnya Instagram sebagai media promosi karena penggunaan Instagram mudah dilakukan dengan mengutamakan tampilan visual sehingga lebih menarik perhatian penggunaan media sosial daripada *Facebook* atau *Twitter*. Selain itu, media sosial penggunaanya dirasa mudah, hemat biaya dan efektif dalam pemasaran pariwisata bagi suatu daerah (Kurniawati, 2017). Berbagai fitur disediakan bagi wisatawan dengan menggunakan media sosial Instagram, seperti contohnya mengunggah foto, mengomentari foto, dan berbagi foto berdasarkan pengalaman memuaskan yang diperoleh sebagai sumber informasi bagi pengguna lainnya dalam mencari daerah tujuan wisata

(Nugraha & Dami, 2021).

Berdasarkan kajian tersebut, masalah yang muncul di Desa Cupunagara adalah kurangnya optimalisasi promosi potensi wisata menyebabkan pengembangan pariwisata tidak berjalan seperti yang diharapkan. Maka tujuan dari pelaksanaan pengabdian kepada Masyarakat ini yaitu menerapkan strategi promosi melalui media sosial instagram sehingga dapat memaksimalkan pengembangan potensi wisata di Desa Cupunagara.

BAHAN DAN METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk pengotimalan media sosial Instagram bagi pengembangan potensi wisata di Desa Cupunagara menggunakan 2 tahapan yaitu penyuluhan & diskusi serta implementasi.



1. Penyuluhan dan diskusi

Penyuluhan (Yuanasari et al., 2022) adalah suatu bentuk usaha untuk menyebarluaskan sebuah informasi-informasi baru agar Masyarakat dapat tertarik dan bersedia mengikuti dan juga melaksanakan dalam kehidupannya sehari-hari.

Metode penyuluhan dilakukan setelah identifikasi masalah, penyuluhan dilakukan dengan mengadakan acara seminar yang dihadiri oleh pemerintah desa serta beberapa perwakilan masyarakat. Materi disajikan dalam bentuk PPT setelah kegiatan penyuluhan selesai dilanjutkan dengan acara diskusi dengan pemerintah desa beserta masyarakat mengenai strategi yang akan dilakukan terkait optimalisasi media sosial.

2. Implementasi

Implementasi dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah pelaksanaan, penerapan. Selanjutnya (Rosad, 2019) mengemukakan implementasi adalah bukan sekedar aktivitas, tetapi suatu kegiatan terencana dan dilakukan

secara sungguh-sungguh berdasarkan acuan norma tertentu untuk mencapai tujuan kegiatan.

Kegiatan implementasi dilakukan setelah kegiatan penyuluhan, implementasi yang dilakukan yaitu pembuatan akun Instagram serta ide konten untuk diunggah di akun Instagram Desa Cupunagara. Ide konten yaitu berupa cuplikan video terkait potensi wisata yang ada di Desa Cupunagara yang akan menjadi rujukan bagi pengelola akun Instagram nantinya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

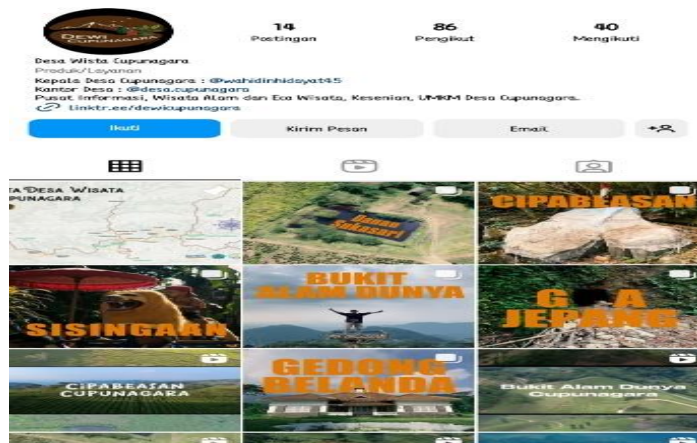
Setelah melakukan analisis terhadap potensi dan hambatan yang terdapat di Desa Cupunagara, salah satu solusi yang dapat diimplementasikan yaitu mengadakan penyuluhan dalam bentuk seminar. Tidak hanya membagikan informasi terkait potensi wisata serta strategi yang dapat dilakukan untuk mengembangkannya, selanjutnya dilakukan pula sesi diskusi terkait optimalisasi media sosial Instagram yang akan menjadi media promosi. Hasil dari kegiatan ini yaitu meningkatnya kesadaran Masyarakat untuk mengembangkan potensi di Desa Cupunagara serta pentingnya melakukan promosi melalui media Instagram.



Gambar 1. Kegiatan Pelaksanaan Seminar

Selain itu, untuk mem-*branding* wisata yang ada di Desa Cupunagara, diperlukan akun Instagram khusus Desa Cupunagara. Sebelumnya, Desa Cupunagara belum memiliki akun Instagram. Kemudian setelah adanya penyuluhan serta diskusi, hasil yang didapatkan adalah pembuatan akun Instagram Desa Cupunagara untuk promosi *Digital Marketing*. Diakun ini pula akan diunggah foto-

foto terkait beragam tempat wisata yang terdapat di Desa Cupunagara. Tim khusus yang akan mengelola akun Instagram pun sudah disiapkan oleh pemerintah desa sehingga hanya perlu menyiapkan konten.



Gambar 2. Akun Instagram Desa Cupunagara

Dengan adanya akun Instagram yang mempromosikan tempat wisata para khalayak jadi mengetahui wisata-wisata baru yang menarik dan ingin berkunjung karena melihat unggahan yang ada pada akun-akun wisata tersebut (Soleha et al., 2023).

Setelah dilaksanakan kegiatan KKN, kontribusi yang dapat diberikan adalah tentang pentingnya *digital marketing*, terutama melalui media sosial Instagram. Dengan adanya *digital marketing*, Desa Cupunagara akan memiliki kesadaran merk yang terkenal dikalangan masyarakat sehingga nantinya mampu menambah jumlah wisatawan

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan kegiatan yang sudah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat peningkatan awareness terhadap pentingnya optimalisasi media sosial oleh pengelola wisata. adanya peningkatan ini dikarenakan pemahaman konsep yang diberikan melalui penyuluhan dan diskusi. Selain itu, adanya bimbingan pembuatan konten dan akun Instagram Desa Cupunagara. Saran yang dapat diberikan untuk keberlanjutan dari kegiatan pengabdian kepada Masyarakat adalah melanjutkan penggunaan Instagram sebagai media promosi potensi wisata yang ada di Desa Cupunagara. Selain itu, pembuatan media sosial lainnya seperti

Facebook, Twitter dan Tiktok dapat digunakan sebagai media promosi. Diharapkan dengan adanya akun media sosial ini, dapat menjadi salah satu factor berkembangnya potensi wisata yang ada di Desa Cupunagara.

DAFTAR PUSTAKA

- Batubara, M. H., Nurmalina, N., Nasution, A. K. P., Agusmawati, A., & Maharani, A. (2021). Pelatihan Media Sosial Instagram Untuk Sarana Promosi Ekowisata. *JPMA-Jurnal Pengabdian Masyarakat As-Salam*, 1(1), 1-8.
- Budiani, S. R., Wahdaningrum, W., Yosky, D., Kensari, E., Pratama, H. S., Mulandari, H., Iskandar, H. T. N., Alphabettika, M., Maharani, N., & Febriani, R. F. (2018). Analisis Potensi dan Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Berbasis Komunitas di Desa Sembungan, Wonosobo, Jawa Tengah. *Majalah Geografi Indonesia*, 32(2), 170-176.
- Gunawan, A. S., Hamid, D., & Endang, M. G. W. (2016). Analisis Pengembangan Pariwisata terhadap Sosial Ekonomi Masyarakat. *Universitas Brawijawa Malang*, 32.
- Kurniawati, W. D. N. (2017). Pemanfaatan Instagram Oleh Komunitas Wisata Grobogan Dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata Daerah. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 8(5), 127-143.
- Nugraha, Y. E., & Dami, K. (2021). Upaya Promosi Pariwisata Pantai Liman Dengan Pemanfaatan Media Sosial (Studi Kasus Pada Akun Instagram@ pantailimansemau). *Journey: Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management*, 4(1), 169-194.
- Rosad, A. M. (2019). Implementasi pendidikan karakter melalui manajemen sekolah. *Tarbawi: Jurnal Keilmuan Manajemen Pendidikan*, 5(02), 173-190.
- Sari, Y. K. (2019). Pendampingan Berkelanjutan terhadap Pengembangan Pariwisata Desa Selopamioro. *Bakti Budaya*, 2(1), 58-66.
- Setiawan, R. I. (2016). Pengembangan sumber daya manusia di bidang pariwisata: perspektif potensi wisata daerah berkembang. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 1(1), 23-35.
- Soleha, F., Susanti, N., & Jailani, M. (2023). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Wisata Bukit Indah Simarjarunjung Danau Toba. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(3), 963-972.
- Yuanasari, I. E., Hendrati, I. M., & Utami, A. F. (2022). Penyuluhan Konsep Kampung Wisata Sebagai Upaya Pengembangan Kampung Wisata Di Kelurahan Sememi Benowo Surabaya. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 111-115.