

## PENGEMBANGAN DIGITAL MARKETING MELALUI MEDIA SOSIAL; KAMPUNG WISATA PIPITAN, KOTA SERANG

Rizal Syaifudin

Program Studi Ilmu Ekonomi Pembangunan, Universitas Sultan AgengTirtayasa

\*Corresponding-Author : [rizal92@gmail.com](mailto:rizal92@gmail.com)

**ABSTRAK.** Penggunaan media sosial di Kampung Wisata Pipitan untuk melakukan promosi kampung wisatanya sebenarnya telah dilakukan dengan adanya akun instagram @pokdarwispipitankreatif. Namun, isi konten dari media sosial itu kurang menarik dan informatif, sehingga perlu dilakukan pengembangan isi kontennya. Selain itu, adanya pandemi Covid-19 juga mengakibatkan jumlah pengunjung di Kampung Wisata Pipitan mengalami penurunan. Pelaksanaan pengabdian masyarakat di Kampung Wisata Pipitan difokuskan pada kegiatan pelatihan pembuatan media sosial instagram dan facebook dengan pengisian konten yang menarik dan lebih informatif termasuk informasi daftar paket wisata yang ditawarkan. Selain itu kegiatan pengabdian ini juga mengadakan webinar terkait digitalisasi pariwisata. Hasil luaran dari pengabdian masyarakat ini adalah adanya instagram dan facebook dengan konten menarik yang informatif di Kampung Wisata Pipitan. Kesimpulan yang diperoleh dari pengabdian masyarakat ini adalah meskipun dalam masa pandemi Covid-19 namun semangat masyarakat dari Kampung Wisata Pipitan untuk melakukan promosi terus berjalan. Harapannya setelah pandemi selesai akan semakin banyak wisatawan yang berkunjung.

*Kata Kunci: Kampung Wisata Pipitan, Media Sosial, Promosi*

**ABSTRACT.** *The use of social media in Kampung Wisata Pipitan to promote his tourist village has actually been done with the @pokdarwispipitankreatif Instagram account. However, the content of social media content is less interesting and informative, so it needs to be done to develop the content. In addition, the Covid-19 pandemic also caused the number of visitors in Kampung Wisata Pipitan to decrease. The implementation of community service in Kampung Wisata Pipitan is focused on training activities to create Social Media Instagram and Facebook by filling in interesting and more informative content including information on the list of tour packages offered. In addition, this devotional activity also held a webinar related to the digitization of tourism. The external result of this community service is the existence of Instagram and Facebook with interesting content that is informative in Kampung Wisata Pipitan. The conclusion obtained from this community service is that although in the Covid-19 pandemic, the community spirit of Kampung Wisata Pipitan to promote continues. The hope is that after the pandemic is over, more tourists will visit.*

*Keywords: Pipitan Tourism Village, Social Media, Promotion*

### PENDAHULUAN

Promosi merupakan suatu bagian dari *marketing mix* yang memiliki peranan besar. Melalui kegiatan promosi, perusahaan dapat mendorong konsumen untuk membeli produk-produk yang ditawarkan. Promosi merupakan bagian terpenting dari instrumen pemasaran, dimana produsen ataupun perusahaan dapat mengkomunikasikan produknya kepada calon pembeli. Perkembangan dunia periklanan pada beberapa tahun terakhir mengalami peningkatan signifikan, terlebih setelah adanya internet yang mengubah cara interaksi dalam komunikasi pemasaran dari konvensional menjadi digital marketing, terutama melalui media sosial (Wardani & Agustin, 2019).

Tingginya pengguna media sosial di Indonesia saat ini menjadi suatu media baru untuk memasarkan produk ataupun jasanya. Media sosial telah mengubah metode pengiklanan yang dulunya dilakukan secara konvensional seperti televisi, radio, surat kabar atau majalah. Kelebihan pengiklanan menggunakan media sosial adalah selain dapat menghemat biaya dan lebih efisien waktu dalam pemasaran, produsen juga dapat memberikan umpan balik kepada konsumen dibandingkan dengan cara konvensional yang hanya bersifat searah. Menurut Soemanegara (2008), melalui media sosial komunikasi pemasaran dapat berjalan dengan tepat serta memungkinkan terhindarnya kerugian perusahaan akibat kegiatan promosi yang tidak efektif dan efisien. Sehingga dengan adanya sosial dapat menjadi suatu forum untuk berinteraksi antara konsumen dan produsen, serta menarik banyak konsumen untuk melihat dan mengunjungi tautan yang berisi informasi tentang produk dan lain-lain (Wardani & Agustin, 2019).

Berdasarkan fenomena tersebut, maka menjadi peluang besar bagi masyarakat bahwa media sosial dapat dijadikan sebagai sarana berkomunikasi sekaligus sebagai sarana untuk mempromosikan potensi daerah wisata. Hal ini berakibat pada munculnya promosi-promosi pariwisata yang dilakukan oleh masyarakat itu sendiri baik secara individu maupun dilakukan secara kelompok dalam bentuk komunitas, atau yang disebut dengan komunitas virtual, yaitu orang-orang yang ingin mencapai tujuan tertentu dalam mencari peluang baru serta ingin menjalin hubungan sosial dan ekonomi dengan orang lain (Wang, Yu, & Fassenmaeir, 2002).

Pengabdian masyarakat berfokus pada kegiatan masyarakat sadar wisata dalam memanfaatkan media sosial dalam upaya mempromosikan potensi wisata di Kampung Wisata Pipitan dikarenakan di Kampung Wisata Pipitan masih belum memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan Facebook secara maksimal. Dalam mendukung pembangunan sektor pariwisata di Kampung Wisata Pipitan memerlukan sarana publikasi yang luas sehingga potensi tempat-tempat wisata yang baru dapat dikenal luas oleh masyarakat domestik maupun mancanegara.

## ANALISIS PERMASALAHAN

Kampung Wisata Pipitan dalam usahanya untuk mempromosikan pariwisata, telah memanfaatkan media sosial sebagai salah satu sarana promosi. Usaha ini dapat terlihat dari dibuatnya media sosial Instagram, yaitu @pokdarwispipitankreatif sebagai media sosial resmi Kampung Wisata Pipitan yang berisikan berita dan informasi dalam lingkup Wisata Kampung Pipitan. Namun, penggunaan akun instagram ini masih dirasa belum maksimal karena penyampaian pesannya hanya satu arah dan isi kontennya kurang menarik, terlebih saat masa pandemi Covid-19 terjadi penurunan yang signifikan jumlah wisatawan yang berkunjung. Oleh karena itu, perlu dikembangkan lagi cara penyampaian pesan promosi pariwisata yang lebih efektif melalui media sosial tersebut, dengan isi *content* yang lebih informatif dan menarik.

## SOLUSI YANG DITAWARKAN

Pengabdian ini dilaksanakan mulai tanggal 16 Juli 2021 sampai dengan 18 Agustus 2021 yang dilakukan secara daring karena di dalam masa PPKM Covid-19 Adapun bentuk kegiatannya meliputi:

### Tahap 1

Pelatihan pembuatan instagram dan facebook dengan tampilan yang menarik dan informatif. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan gambaran kepada masyarakat dan pokdarwis Kampung Wisata Pipitan terkait bagaimana mengisi media sosial dengan konten-konten yang menarik dan informatif. Kegiatan ini dilakukan oleh mahasiswa Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) Tematik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa tahun 2021 kelompok 149.

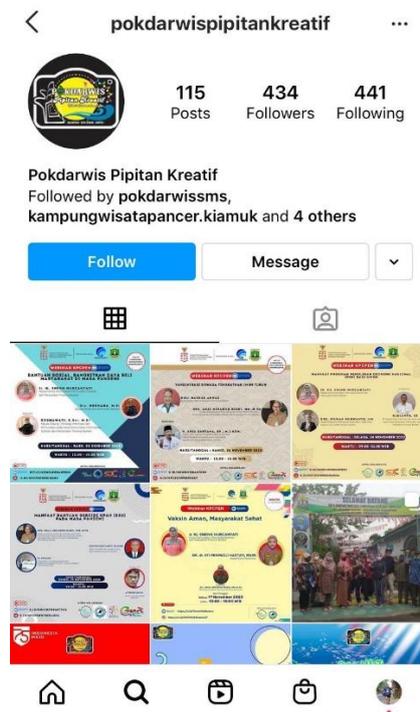
### Tahap 2



Pelatihan digitalisasi pariwisata yang dilakukan melalui webinar. Webinar ini bertujuan untuk membekali masyarakat dan pokdarwis Kampung Wisata Pipitan terkait pentingnya digitalisasi pariwisata dengan narasumber ketua ASPPI Banten, Bapak IrwanThamrin.

**Tahap 3**

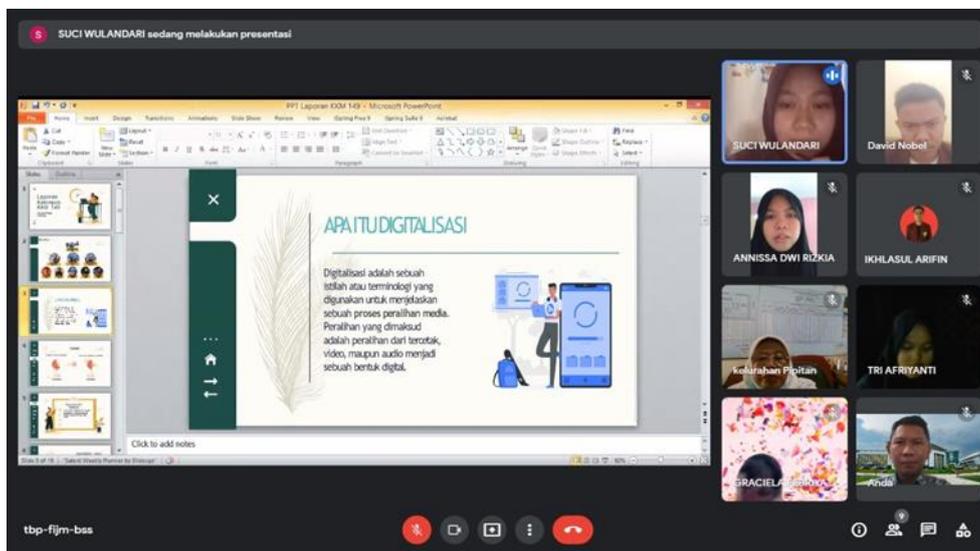
Mengembangkan Instagram dan facebook milik Kampung Wisata Pipitan. Kegiatan ini berupa penataan ulang isi konten-konten yang ada di Instagram @pokdarwis pipitan kreatif serta membuat facebook baru sebagai sarana penunjang promosi. Penataan isi konten juga mencantumkan berbagai paket wisata dan atraksi yang ditawarkan oleh Kampung Wisata Pipitan.



Gambar 1. Instagram Pokdarwis Pipitan Kreatif Sebelum Dikembangkan

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan pengabdian masyarakat dilaksanakan bersamaan dengan pelaksanaan KKM Tematik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Tahun 2021 Kelompok 149.



Gambar 2. Pelatihan Membuat Media Sosial yang Informatif dan Menarik

Kegiatan diawali dengan mengadakan pertemuan dengan pihak kelurahan dan pengurus kelompok sadar wisata (pokdarwis) Kampung Wisata Pipitan. Hasil dari diskusi didapatkan bahwa dari pihak kampung wisata pipitan masih mengalami kendala dalam hal digital marketing, yaitu bagaimana menata Instagram dan Facebook yang menarik dan informatif dan dilanjutkan dengan pelatihan bagaimana cara membuat media sosial yang menarik sebagai promosi pariwisata di Kampung Wisata Pipitan yang dilakukan secara *online*. Fungsi media sosial sebagai pemanfaatan promosi pariwisata diantaranya adalah:

1. Sebagai sumber informasi bagi khalayak mengenai daerah wisata yang akan dikunjungi.
2. Sebagai media komunikasi atau interaktif pelaku usaha wisata dengan para wisatawan.
3. Membentuk persepsi dan emosi. Media sosial dapat mempengaruhi persepsi dan emosi wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata dan membuat wisatawan merasa perjalanan wisatanya menjadi lebih berwarna.
4. *Branding*. Media sosial dapat meningkatkan *brand awareness* destinasi wisata yaitu mengenalkan destinasi wisata agar dapat dengan mudah dicari orang yang gemar atau aktif di dunia maya. *Branding* pada destinasi wisata akan membuat pengguna media sosial untuk menjadi pengikut dan memperoleh informasi terbaru terkait destinasi wisata. Selain itu *branding* juga dapat mengenalkan destinasi wisata ke masyarakat yang lebih luas lagi.
5. Sebagai media pemasaran pelaku bisnis pariwisata melalui *online marketing*.
6. Sebagai sarana untuk penyebaran luasan informasi dari mulut ke mulut secara daring.



Gambar 3. Webminar Digitalisasi Pariwisata

Kegiatan kedua adalah pelaksanaan webinar digitalisasi dengan mengundang narasumber dari ASPPI Banten, Bapak Irwan Thamrin. Digitalisasi merupakan sebuah terminologi yang digunakan untuk menjelaskan sebuah proses peralihan media, yaitu peralihan dari media cetak ataupun video kedalam bentuk digital. Digitalisasi pariwisata merupakan salah satu bentuk dari adanya revolusi 4.0 yang dicirikan dengan adanya penggabungan antara teknologi dan komunikasi ke dalam bidang industri. Digitalisasi pariwisata merupakan digitalisasi semua proses dan rantai nilai dan rantai industri pariwisata, hospitality, dan catering yang memungkinkan organisasi pariwisata tersebut untuk memaksimalkan potensinya secara efektif dan efisien. Adapun alasan kenapa perlu adanya digitalisasi pariwisata adalah adanya penyerapan manfaat teknologi sebagai peningkatan pendapatan destinasi wisata. Selain itu di era pandemi Covid-19 dengan adanya pembatasan kapasitas kunjungan wisatawan, digitalisasi pariwisata sangat bermanfaat bagi para wisatawan yang

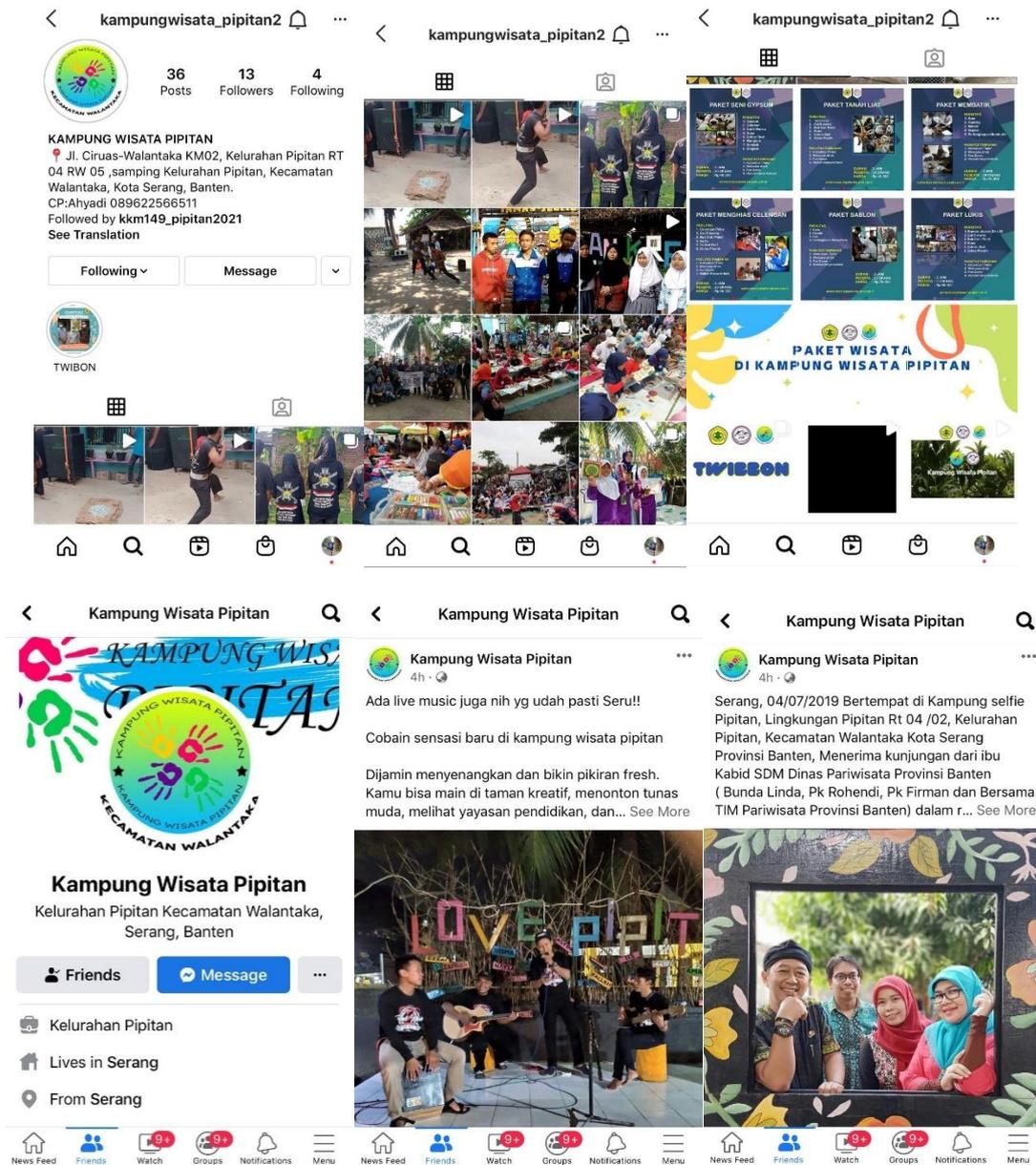
nekat ingin berwisata untuk mempermudah dalam hal *online booking* tiket maupun sistem pembayarannya.



Gambar 4. Paket Wisata di Kampung Wisata Pipitan

Tujuan dari pelatihan ini untuk mengoptimalisasikan pemasaran Kampung Wisata Pipitan melalui platform digital dengan menggunakan Instagram dan Facebook. Pelatihan ini memunculkan kreatifitas masyarakat Kampung Wisata Pipitan untuk membuat paket eduwisata seperti; Paket Seni Gypsum, Paket Seni Tanah Liat, Paket Lukis, Paket Sablon, dan Paket Membatik.

Program pengabdian masyarakat di Kampung Wisata Pipitan memiliki luaran yaitu adanya instagram dan facebook dari Kampung Wisata Pipitan yang menarik dan informatif kepada masyarakat khususnya calon wisatawan yang akan berkunjung ke Kampung Wisata Pipitan. Adapun akun instagram baru dari Kampung Wisata Pipitan adalah @kampungwisata\_pipitan2 dan akun facebooknya adalah Kampung WisataPipitan.



Gambar 5. Instagram dan Facebook baru Kampung Wisata Pipitan

## KESIMPULAN

Kesimpulan dari pengabdian masyarakat ini adalah Kampung Wisata Pipitan memiliki media sosial yang menarik dan informatif kepada masyarakat sehingga lebih dapat dikenal lebih luas dan tertarik untuk berkunjung di Kampung Wisata Pipitan, terlebih saat masa Pandemi Covid-19 dengan memperhatikan protokol kesehatan yang ketat. Meskipun pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di masa pandemi Covid-19 namun tidak menyurutkan semangat warga Kampung Wisata Pipitan untuk terus maju dan mempromosikan pariwisata di kampungnya. Harapannya dengan gencar melakukan promosi melalui platform digital marketing, setelah pandemi Covid-19 berakhir banyak wisatawan yang kembali mengunjungi Kampung Wisata Pipitan baik dari wisatawan lokal, nasional dan internasional.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu kegiatan pengabdian masyarakat ini, khususnya mahasiswa KKM Tematik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Kelompok 149.

## REFERENSI

- Anang Sugeng, C. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial & Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial & Politik Universitas Tulungagung*, 9(1), 140-157.
- Ayutiani, D. N., & Satria Putri, B.P. (2018). Penggunaan Akun instagram Sebagai Media Informasi Wisata Kuliner. *PROFESI HUMAS: Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 39.
- Hamzah, Y.I. (2013). Potensi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Interaktif Bagi Pariwisata Indonesia. *JKI*, 8(3).
- Hanifah, R.D. (2019). The Influence of Instagram Travel Influencer on Visiting Decision of Tourist Destinations for Generation Y. *Jurnal Pariwisata Trisakti*, 235-247.
- Messiaen, J. (2016-2017). Influencer Marketing How the Popularity Threshold of Instagram.
- Nevita, S. (2017). *Pemanfaatan Media Dalam Promosi Pariwisata Kabupaten Pesisir Selatan*. Padang: Universitas Andalas.
- Setiawati, S. D., Diny Fitriawati, M., & I.R.Y. (2019). Pesan Pemasaran Senjata Untuk Membangun Digital Marketing. *Syntax Literate*, 8(2).
- Soemanagara, R. (2008). *Strategic Marketing Communication: Konsep Strategis dan Terapan*. Bandung: Alfabeta.
- Wang, Yu, & Fassenmaeir. (2002). Defining the virtual tourist community: implications for tourism marketing. *Tourism management: research, policies, practice*, 407-418.
- Wardani, & Agustin, E. (2019). *Mengembangkan Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Instagram Kota Semarang*. Fakultas Ekonomi: Uniersitas Semarang.