

Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Dalam Promosi Potensi Pariwisata Pinggir Sungai Ogan Di Desa Ujan Mas Kab. Ogan Komering Ulu

Salamudin^{1*}, Dian Meilantika², Sri Hartati³, Rusidi⁴, Haris Saputro⁵, Rahmat Riski⁶, Bella Tania⁷, A. Latif⁸, Bina Aji Satrio⁹, Maulana¹⁰

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10} Universitas Mahakarya Asia, Kampus Ogan Komering Ulu, Indonesia

*e-mail korespondensi: abisalam28@gmail.com

Abstract

Social media is much more effective than other media in the world today in conveying information and communication, because with social media users can easily create, display links, and display content in the form of images, videos and writings. With social media, one of the things that can be done in tourism promotion is not widely known by the community. To be effective in promoting social users, they must create interesting content and have a strategy so that the content created can have a good response and can be re-shared by other users. For this reason, lecturers and students of Mahakarya Asia Universities carry out PKM activities in Ujan Mas village to provide training to the surrounding community, especially village youth and women to be able to play an active role in raising and promoting their tourism potential in the form of the Ogan River that passes through the village. From this activity, the participants were taught in creating content and promoting social media on Facebook, Instagram and TikTok in the form of direct practice at tourist attractions. From this activity, a positive response was generated from the participants who took part in the training. and published content has thousands of views. In addition, comments and direct messages from social media users were obtained asking about the location of the tourism..

Keywords: *Sosial Media, Tourism Promotion, PKM*

Abstrak

Media sosial jauh lebih efektif daripada media massa lain di dunia saat ini dalam menyampaikan sebuah informasi dan komunikasi, karena dengan media sosial pengguna dapat dengan mudah berkreasi, menampilkan tautan, menampilkan konten berupa gambar, video maupun tulisan. Dengan media sosial salah satu dapat dilakukan dalam promosi pariwisata yang belum banyak dikenal oleh masyarakat. agar efektif dalam melakukan promosi pengguna sosial harus membuat sebuah konten yang menarik serta mempunyai strategi agar supaya konten yang dibuat dapat respon yang baik serta dapat dibagikan ulang oleh pengguna lainnya. untuk itu para dosen dan mahasiswa universitas mahakarya asia melakukan kegiatan PKM di desa ujan mas dalam rangka memberikan pelatihan kepada masyarakat sekitar khususnya pemuda dan pemudi desa untuk bisa berperan aktif mengangkat sekaligus mempromosikan potensi pariwisata yang dimiliki berupa aliran sungai ogan yang melintas didesa tersebut. dari keiatan ini para peserta diajarkan dalam pembuatan konten dan promosikan dedalam media sosial facebook, instagram dan tiktok dalam bentuk praktik langsung dilokasi tempat wisata. dari kegiatan tersebut dihasilkan respon positif dari para peserta yang mengikuti pelatihan. dan konten yang dipublikasikan mempunyai penayangan ribuan kali. selain itu juga komentar dan pesan langsung dari pengguna sosial media didapatkan dalam menanyakan lokasi dari pariwisata tersebut.

Kata Kunci: *Media sosial; Promosi Pariwisata; PKM*

Published: 2023-01-10

Accepted: 2022-12-23

PENDAHULUAN

Didalam dunia industri pariwisata, melakukan pemasaran produk secara abstrak dan layanan dalam kondisi sulit. Proses transformasi pemasaran pariwisata dapat memanfaatkan momentum transformasi dalam memanfaatkan teknologi internet yang menjadi alat komunikasi. Didalam industri pariwisata, situs web menjadi sebuah pilihan yang dapat memberikan para wisatawan dalam melakukan riset diwaktu yang singkat dengan biaya yang terjangkau untuk mencari destinasi suatu wisata. Jaringan media sosial adalah platform berbasis web yang berisi berbagai media, teknologi informasi dan komunikasi yang memungkinkan pengguna untuk berkreasi daftar tautan mereka sendiri, berkomunikasi satu sama lain, menampilkan daftar tautan, dan membuat profil yang memuat informasi pribadi mereka. Oleh karena itu sangat memungkinkan seorang individu untuk berperan aktif dan memproduksi konten secara langsung berpartisipasi dalam proses komunikasi, media sosial jauh lebih efektif daripada media massa lain di dunia saat ini.

Perkembangan dunia digital saat ini sangat pesat perkembangannya, terutama dengan media sosial. salah satu pemanfaatan dari media sosial adalah untuk menyampaikan informasi termasuk juga dengan promosi pariwisata. menurut kominfo pengguna internet saat ini mencapai 63 juta orang yang 95 persen adalah pengguna media sosial. Jejaring sosial yang sering diakses oleh pengguna adalah facebook. yang mana indonesia menduduki posisi ke empat dalam menggunakan facebook didunia. selain facebook ada juga media sosial instagram yang merupakan jejaring sosial yang sering digunakan penggunanya untuk mengunggah foto. Dari data tersebut dapat dilihat bagaimana potensi pariwisata dapat kita kenalkan menggunakan media sosial ini. Semakin banyak orang mengakses dan melihat postingan di media sosial semakin banyak juga orang akan mengenal pariwisata yang kita bagikan. Sayangnya masih banyak masyarakat kurang sadar untuk memaksimalkan media sosial dalam melakukan promosi ini. Ada beberapa hal yang harus dilakukan dalam memanfaatkan sosial media supaya tepat sasaran, apalagi promosi sesuatu yang belum dikenal oleh masyarakat luas seperti pariwisata disuatu daerah.

Ujanmas adalah salah satu desa dikecamatan Pengandonan, Kabupaten Ogan Komering Ulu, Sumatera Selatan, jarak dari ibu kota kabupaten sekitar kurang lebih 45 KM. Desa ini terletak di jalan lintas tengah sumatera. Selain itu desa ini juga dilintasi aliran sungai ogan yang bermuara di sungai musi, sungai ini bersumber dari pegunungan bukit barisan yang mengalir kearah timur yang melintasi empat kabupaten yaitu OKU, OKI, OKU selatan dan Ogan ilir. Potensi wisata pinggiran sungai masih belum tergali dan dikenal oleh banyak masyarakat. Dengan lokasi yang strategis, alam yang bagus, serta kentalnya kearifan lokal dari masyarakat itu sendiri menjadi nilai jual untuk memajukan suatu lokasi pariwisata pinggiran sungai yang menarik. Dengan adanya pengolahan, perawatan serta pengenalan yang memadai membuat pertumbuhan pariwisata dan ekonomi desa ini akan menjadi maju. Lokasi wisata pinggir sungai ogan desa ujan mas ini terletak di samping pasar mingguan menjadi nilai tambah bagi wisatawan yang akan berkunjung dihari minggu. Pariwisata ini menyuguhkan aliran sungai ogan yang mana para pengunjungnya bisa melakukan camping, main air, outbone, akan bersama dipinggir sungai serta kegiatan lainnya. Sayangnya masyarakat sekitar hanya menggunakan lokasi ini untuk para muda mudi desa ujan mas saja untuk tempat berkumpul.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh nurjanah yang menyebutkan pemanfaatan media sosial dalam mempromosikan potensi pariwisata daerah di Kecamatan Bantan dapat berjalan dengan menggunakan media sosial facebook, instagram dan whatsaaps. Pada kegiatan PKM yang dilakukan oleh Nuryah Asri, dkk. Pada pelatihan pemanfaatan media sosial untuk promosi pariwisata menyebutkan media sosial juga terbukti ampuh menjadi saluran promosi pariwisata karena interaktif, fleksibel, dan menyajikan fitur-fitur mendukung promosi pariwisata itu sendiri. Pada penelitian pemanfaatan media sosial dalam promosi pariwisata benteng amsterdam negeri

hila kecamatan leihitu menyatakan promosi yang dilakukan sangat efektif karena melalui media sosial Facebook, instagram dan twitter.

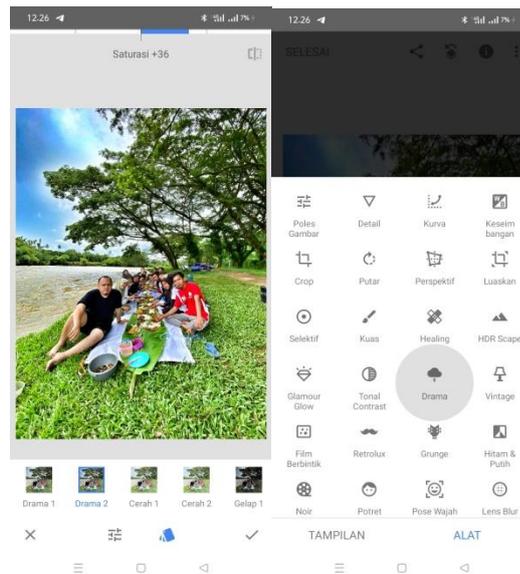
Prinsip dari konsep pariwisata secara berkelanjutan harus berwawasan lingkungan, dapat diterima sosial budaya, layak secara ekonomi dan penerapan teknologi layak guna. Berdasarkan dari uraian diatas, tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini adalah, untuk memberikan pelatihan sekaligus praktikum kepada masyarakat dalam hal ini adalah pemuda pemudi desa ujan mas dalam melakukan pengenalan destinasi wisata baru yaitu wisata pinggir sungai ogan didesa ujan mas dengan menggunakan media sosial. Artikel ini menjadi gambaran dari pelaksanaan kegiatan yang dilakukan.

METODE

Pelaksanaan kegiatan PKM didesa ujan mas kec pengandonan kab. OKU ini dilakukan secara praktik langsung dalam pembuatan konten promosi pariwisata pinggiran sungai ogan yang bertujuan mempromosikan pariwisata dengan menggunakan media sosial. Para peserta terdiri dari pemuda pemudi desa yang dibantu oleh para mahasiswa dan dosen Universitas Mahakarya Asia. Rangkaian kegiatan dimulai dengan pengiriman surat izin untuk melakukan kegiatan PKM serta meminta pemuda pemudi desa untuk ikut terlibat didalamnya yang dilakukan pada awal November 2022. Setelah disetujui oleh pihak desa, pelaksanaan kegiatan dilakukan pada tanggal 13 November 2022. Kegiatan dibuat suasana santai yang berlangsung dilokasi wisata tepian sungai ogan didesa tersebut. Para peserta langsung diajarkan membuat sebuah konten digital untuk dibagikan kemedia sosial secara menarik, dalam hal ini media sosial yang dipilih adalah facebook, instagram dan tiktok. Kegiatan dimulai dengan pengantar dari pemateri menyampaikan tujuan dari kegiatan PKM serta memastikan setiap peserta sudah memahami dan mempunyai akun sosial media yang dipilih. Selanjutnya para peserta diajarkan membuat sebuah konten berupa gambar dan video. Alat yang digunakan adalah kamera *handphone* peserta masing-masing. Materi selanjutnya para peserta diberikan cara untuk menghasilkan konten dapat disebar luaskan oleh pengguna lainnya. Konten yang dibuat diambil dari kegiatan bersama berupa game bersama antar peserta, makan bersama hingga mandi sungai ogan. Dari kegiatan ini akan menghasilkan foto dan video yang selanjutnya diolah menggunakan aplikasi editor sehingga menghasilkan sebuah foto dan video yang menarik. Materi selanjutnya memilih sosial media dalam melakukan promosi kemedia sosial. Setelah melakukan pengunggahan ke media sosial, langkah selanjutnya adalah melakukan evaluasi dari hasil yang telah dilakukan.

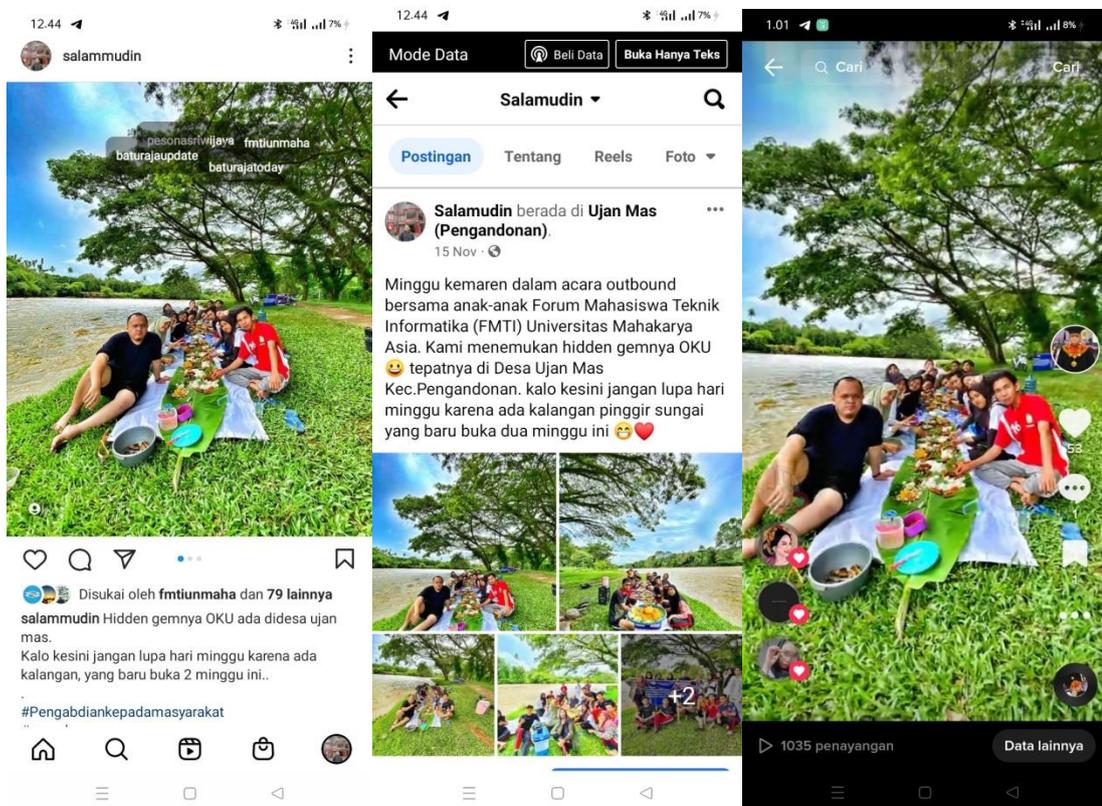
HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini berlokasi di tempat wisata yang akan dipromosikan yaitu tepian sungai ogan desa ujan mas kec pengandonan. Para peserta merupakan pemuda pemudi desa setempat yang dibantu oleh mahasiswa dan dosen universitas Mahakarya Asia. Promosi pariwisata ini akan mengunggah hasil konten yang dibuat kedalam media sosial yaitu facebook, instagram dan tiktok. Sebelum dibagikan kedalam media sosial hasil foto akan di edit terlebih dahulu kedalam aplikasi snapseed agar menghasilkan foto yang lebih menarik. Berikut foto yang dibuka didalam aplikasi snapseed



Gambar 1. Foto diedit menggunakan snapchat

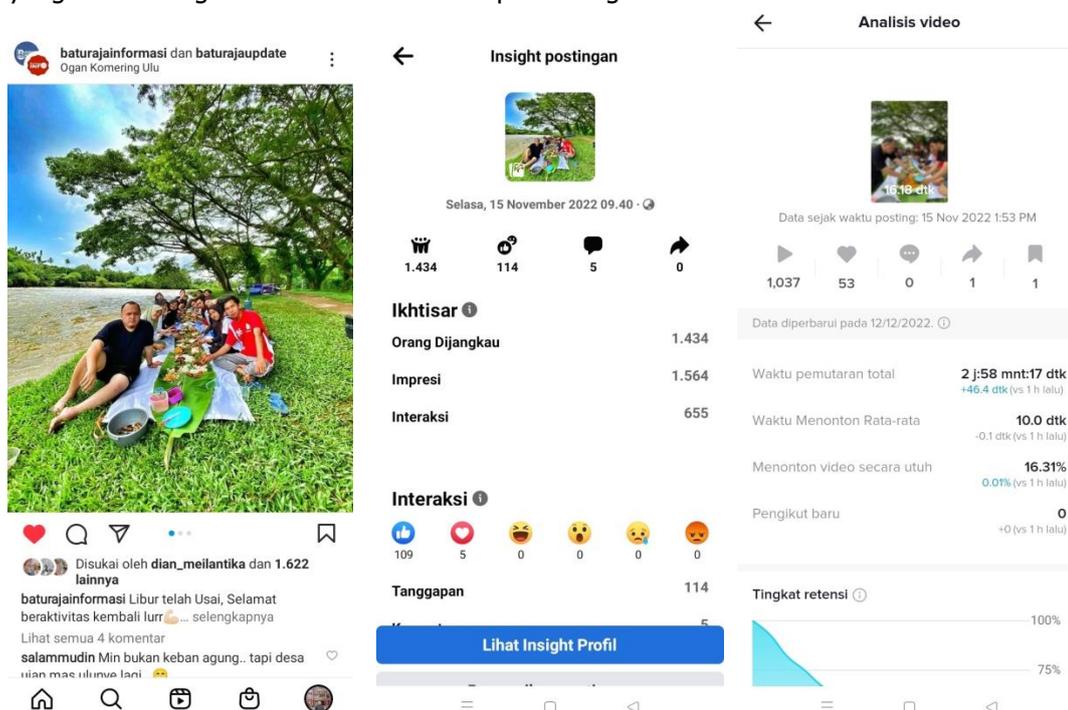
Aplikasi ini digunakan untuk mempertajam hasil foto yang telah diambil menggunakan kamera *handphone* dengan memilih alat lalu mengklik drama dan memilih sesuai dengan keinginan kita dalam mempertajam hasil gambar yang dibuat. Setelah melakukan pengeditan konten selanjutnya adalah membagikannya kedalam media sosial, untuk hasil berupa gambar akan diupload kedalam media sosial facebook dan instagram. Untuk media sosial tiktok dapat melakukan pengunggahan berupa video. Berikut hasil dari unggahan ketinga media sosial tersebut seperti gambar berikut ini.



Gambar 2. Promosi menggunakan Media sosial Instagram, Facebook dan tiktok

Untuk mempromosikan didalam media sosial bukan hanya membagikan foto saja, tetapi langkah yang harus dilakukan adalah menandai konten dimedia sosial ke akun-akun media dengan tujuan konten kita dapat diposting ulang oleh akun tersebut sehingga promosi dapat dilakukan lebih luas lagi. Selain itu yang perlu diperhatikan adalah pada unggahan tersebut dibuat secara publik dengan menambahkan *caption* yang menarik serta ditambahkan tagar sebagai penanda.

Selanjutnya adalah tahapan evaluasi. Setelah melakukan promosi kedalam media sosial langkah selanjutnya adalah evaluasi dan analisa dari hasil yang dilakukan. Didapat respon positif dari promosi yang dilakukan pada media sosial ini. Konten yang diupload kini di bagikan ulang oleh akun media yang sebelumnya ditandai yaitu akun baturajaupdate dan baturajainformasi, yang menyukai dari tayangan ini pengunjung mencapai 1.623 *like* pada media sosial instagram. Untuk media sosial facebook pengguna melihat konten ini sebanyak 1.434 pengguna dengan yang menyukai sebanyak 114 pengguna. Sedangkan untuk media sosial tiktok mencapai 1037 penayangan. Berikut gambar hasil dari analisa pada ketiga media sosial tersebut.



Gambar 3. Respon Dan Analisa Dari Media Sosial Pada Instagram, Facebook Dan Tiktok

Selain itu analisa postingan yang telah diunggah pada media sosial, terdapat juga reaksi dari pengguna media sosial yaitu adanya komunikasi kepada pengunggah menanyakan lokasi wisata lewat pesan langsung maupun dikolom komentar pada media sosial.

Dari hasil pelatihan ini para peserta tidak terlalu banyak mengalami kesulitan dalam mengikuti kegiatan ini. Pada peserta terlihat antusias dalam kegiatan. Dari hasil paparan diatas menunjukkan bahwa promosi pariwisata dengan sosial media sangat efektif dalam memperkenalkan pariwisata dengan kondisi ini menunjukkan hasil positif dari luaran kegiatan ini sangat terasa. Untuk itu para peserta diharapkan terus tetap melakukan pembaharuan dalam promosi pariwisata didesa tersebut secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Setelah mengikuti rangkaian kegiatan PKM ini, para peserta dapat dengan mudah dalam memahami pembuatan sebuah konten untuk kebutuhan promosi pariwisata. Para pesertapun memperoleh pengetahuan jenis media sosial, tidak hanya terfokus satu media sosial saja tetapi lebih dari itu sesuai dengan konten yang dibuat. Para peserta juga mengetahui strategi dalam pembagian konten di media sosial agar konten yang dibagikan lebih banyak lagi dikunjungi user. dengan meningkatkan ketrampilan dalam pemanfaatan media sosial untuk promosi pariwisata diharapkan masyarakat terutama pemuda pemudi desa bisa lebih meningkatkan lagi kegiatan promosi ini diharapkan wisata tepian sungai ogan ini bisa dikenal oleh masyarakat luas dan berkunjung kelokasi wisata ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Irawan, W., Anita, A. S., Pidu, Y. M., Gerungan, R. A., & Asiah, N. (2021). Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial untuk Promosi Wisata Puncak Pinus Desa Dulamayo Selatan Kecamatan Telaga Kabupaten Gorontalo. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 4, 79–86. <https://doi.org/10.37695/pkmcsr.v4i0.1189>
- Kementrian Komunikasi dan Informasi. (2013). Kominfo : Pengguna Internet di Indonesia 63 Juta Orang. *Website Resmi Kementerian Komunikasi Dan Informatika RI*, 1–9. Retrieved from https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/kominfo+%3A+pengguna+internet+di+indonesia+63+juta+orang/0/berita_satker
- Nurjanah, N. (2018). *Pemanfaatan Media Sosial Masyarakat Sadar Wisata Dalam Mempromosikan Potensi Wisata Baru*. MEDIUM, 6(2), 39–50. [https://doi.org/10.25299/medium.2018.vol6\(2\).2412](https://doi.org/10.25299/medium.2018.vol6(2).2412)
- Ollong Nursia. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial Dalam Promosi Pariwisata Benteng Amsterdam Negeri Hila Kecamatan Leihitu*. (Skripsi Sarjana, Institut Agama Islam Negeri Ambon). <http://repository.iainambon.ac.id/1800/>
- Sjafirah, N. A., Fadilah, E., & Basith, A. A. (2018). *Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Untuk Promosi Pariwisata Dan Potensi Kearifan Lokal Di Pantai Sayang Heualang Kab. Garut*. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(12), 990–991