
PENGEMBANGAN DESA WISATA JATISURA KABUPATEN INDRAMAYU MELALUI PELATIHAN PRODUKSI KONTEN SINGKAT DI MEDIA SOSIAL

Uljanatunnisa¹, Yani Hendrayani², Drina Intyaswati³

^{1,2,3}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Indonesia
uljanatunnisa@upnvj.ac.id¹, yanihendrayani@upnvj.ac.id²,
drinaintyaswati@upnvj.ac.id³

Abstrak

Program pengabdian kepada masyarakat Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta memiliki tujuan untuk pemberdayaan pemuda desa melalui kegiatan pelatihan produksi konten singkat atau mikroblog di media sosial Instagram dan Tiktok di Desa Wisata Jatisura. Kegiatan didasarkan pada tingginya potensi wisata desa namun belum didukung dengan ketersediaan sumber daya manusia. Oleh sebab itu, Tim PKM melakukan berbagai kegiatan seperti materi dan praktek melalui beberapa metode. Metode pertama adalah tahap persiapan, metode kedua tahap implementasi dan metode tahap monitoring dan evaluasi. Berdasarkan metode tersebut, tahap pertama kordinasi dengan berbagai pihak terkait pelaksanaan kegiatan serta menganalisis hasil pretest bahwa seluruh peserta belum memahami membuat konten singkat atau mikroblog, sehingga pada metode ke dua Tim PKM memfokuskan beberapa materi seperti urgensi media sosial sebagai saluran utama dalam komunikasi wisata, desain mikroblog bagi pemula. Selanjutnya pelatihan membuat konten singkat dan desain menggunakan Aplikasi Canva. Adapun hasil evaluasi dan Monitoring, Tim PKM memetakan minat peserta yang terdiri dari sebagian besar memiliki minat fotografi, sedangkan lainnya memiliki minat dalam penyusunan konten.

Kata Kunci: Canva, Desa Wisata, Media Sosial, Mikroblog

Abstract

The community service program aims to empower rural youth through training activities for the production of short content or microblogs on Instagram and Tiktok social media in the Jatisura Tourism Village. Activities are based on the high tourism potential of the village but have not been supported by the availability of human resources. Therefore, the PKM Team carried out various activities such as materials and practice through several methods. The first method is the preparation stage, the second method is the implementation stage and the method is the monitoring and evaluation stage. Based on this method, the first stage was coordination with various parties related to the implementation of activities and analyzing the results of the pretest that all participants did not understand creating short content or microblogs, so in the second method the PKM Team focused on several materials such as the urgency of social media as the main channel in tourism communication, microblog design for beginners, then training on creating short content and designs using the Canva Application. As for the evaluation and monitoring results, the PKM Team mapped the interests of the participants, consisting of the majority having an interest in photography, while others had an interest in compiling content

Keywords: Canva, Microblogging, Tourism Village, Social Media

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Kementerian Pariwisata Indonesia (Kemenpar RI) mulai memprioritaskan pengembangan desa wisata, hal ini sejalan dengan peningkatan jumlah desa wisata tiap tahunnya. Tercatat, sejak tahun 2021 mengalami peningkatan menjadi 1.831, sesuai dengan visinya menjadikan Indonesia sebagai negara tujuan pariwisata berkelas dunia, berdaya saing, berkelanjutan, dan mampu mendorong pembangunan daerah dan kesejahteraan.

Kemenpar RI Sandiaga Uno optimis bahwa sektor pariwisata akan terus mengalami peningkatan signifikan (Luthfi, 2021). Untuk mewujudkannya, diharapkan berbagai jajaran Pemerintah daerah dapat mengidentifikasi potensi wisata yang tersedia. Bukan hanya itu, terbentuknya sebuah desa wisata membutuhkan kolaborasi dan komitmen dari para *stakeholder* baik pemerintah tingkat pusat sampai ke daerah. Selain komitmen, juga dibutuhkan kompetensi dan agen perubahan untuk membangun sebuah desa wisata (Afrillia, 2021). Desa wisata merupakan

Pengembangan desa wisata juga menjadi fokus dari berbagai Universitas di Indonesia, tercatat 105 Universitas yang telah mendapatkan apresiasi dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf/Baparekraf) atas pendampingan tata Kelola desa wisata (Susanti, 2020; Widhoroso, 2021).

Pembentukan dan pengembangan desa wisata, juga menjadi salah satu fokus dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Melalui kerja sama Universitas dengan Pemerintah Kabupaten Indramayu, telah melakukan pemetaan masalah di beberapa desa seperti Desa Jatisura, Desa Rajajang dan Desa Pabean Udik.

Berdasarkan hasil pemetaan masalah yang telah dilakukan, Desa Jatisura memiliki potensi wisata yang tinggi namun masih minim pengelolaan sehingga dibutuhkan pendampingan kepada seluruh aparat desa dan masyarakat. Adapun potensi wisata di Desa Jatisura seperti Sumur Dalem, Perkebunan Tebu, Perkebunan Mangga, Buyut Pasir, Sumur Canting, Agrowisata Agrimania, Festival Ngarot, Kesenian Genjring Umbul dan Tradisi Mapag Tambah menjadi potensi yang harus mendapat perhatian dari berbagai pihak sehingga bisa memberikan dampak positif bagi masyarakat.

Identifikasi mendalam terkait potensi wisata disertai dengan permasalahan yang terjadi telah dilakukan Tim PKM UPNV Jakarta melalui kegiatan Fokus Grup Diskusi (FGD) yang dihadiri oleh TIM PKM, Perwakilan Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Indramayu, Jajaran Kecamatan seperti Kepala Seksi Pemberdayaan Masyarakat, Kepala Seksi Tata Pemerintahan, Kepala Seksi Kesejahteraan Sosial, Kuwu Desa Jatisura, Perwakilan Karang Taruna hingga Tokoh Masyarakat (Romi, 2022).



Gambar.1. Kegiatan FGD untuk Pemetaan Masalah

Berdasarkan hasil FGD yang telah dilaksanakan, TIM telah memetakan potensi dan kelemahan melalui analisis SWOT (*Strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman) pada bidang komunikasi diantaranya belum tersedianya (1) Master plan desa wisata, (2) belum tersedianya saluran promosi yang efektif, (3) belum tersedianya sumber daya manusia untuk pengelolaan saluran promosi (Hendrayani et al, 2022).

Oleh sebab itu, melalui kegiatan PKM Tim telah menyusun beberapa agenda yang dilakukan sejak tahun 2022 hingga tahun 2023. Salah satu kegiatan tersebut adalah pelatihan produksi konten atau pembuatan mikroblog di media sosial bagi remaja di Desa Jatisura.

Kegiatan Pelatihan pembuatan mikroblog, merupakan lanjutan dari beberapa kegiatan pendampingan yang telah dilakukan sejak tahun 2022. Seperti yang telah disampaikan sebelumnya bahwa dari hasil FGD, ditemukan beberapa permasalahan yang dialami oleh mitra, seperti mitra belum memiliki keterampilan pada produksi konten yang baik atau keterampilan promosi yang mumpuni. Padahal dengan kemajuan

teknologi keterampilan yang harus dimiliki oleh pengelola desa wisata adalah membuat konten yang menarik serta mampu memetakan penggunaan media sosial untuk menarik minat wisatawan. Ditambah lagi, urgensi dari pengabdian ini adalah melihat peluang internet memudahkan wisatawan untuk mencari informasi yang mereka butuhkan.

Banyak desa wisata yang mulai melakukan promosi menggunakan media sosial seperti Instagram dan Facebook. Bukan hanya itu, pengelola desa wisata juga menggunakan website sebagai informasi desa wisata mereka. Berdasarkan tren promosi digital dan persaingan yang semakin tinggi dalam bidang pariwisata, media sosial telah menembus semua aspek tidak terkecuali pariwisata sehingga menyebabkan perubahan aspek mendasar bagi para wisatawan. Oleh sebab itu, Tim PKM Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta melakukan pendampingan atau pelatihan produksi konten atau pelatihan membuat mikroblog. Pelatihan tersebut bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan remaja di Desa Jatisura.

TINJAUAN PUSTAKA

Pike & Ryan mengungkapkan bahwa desa wisata adalah destinasi baru yang bertujuan untuk menjaga kelestarian lingkungan hingga mengangkat potensi lokal, bukan hanya itu desa wisata umumnya dikembangkan oleh pemerintah sebagai Upaya pemerataan Pembangunan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat (Leonandri & Rosmadi, 2018). Hadirnya desa wisata dapat meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar, hal ini disebabkan karena konsep utama sebuah desa wisata adalah pengelolaan desa wisata sepenuhnya dikelola oleh masyarakat seperti rumah penduduk yang digunakan sebagai tempat tinggal wisatawan selama berwisata. Sedangkan komponen kedua adalah kehidupan keseharian masyarakat lokal menjadi daya tarik wisatawan (Zebua, 2016).

Keberlanjutan desa wisata bergantung pada pengelolaan masyarakat, karena keberlanjutan desa wisata perlu didukung melalui manajemen yang solid mulai dari perencanaan hingga pengawasan sehingga peran aktif masyarakat lokal sangat dibutuhkan untuk mengembangkan desa wisata. Komponen utama dalam pengembangan desa wisata adalah kunjungan wisatawan. Kunjungan wisatawan bisa ditingkatkan dengan melalui pemanfaatan media sosial untuk promosi pariwisata.

Promosi desa wisata melalui media sosial bukan hal baru saat ini, sebagian besar desa wisata telah memanfaatkan media sosial sebagai saluran utama promosi mereka. Misalnya desa wisata terbaik dunia versi UNWTO tahun 2021 Desa Nglanggeran Patuk Gunung Kidul Yogyakarta @desawisatanglanggeran atau Desa Wisata Silokek Kabupaten Sijunjung Sumatera Barat @visitelok.

METODE PELAKSANAAN

Tim kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) melakukan tiga tahapan kegiatan untuk memberikan solusi pada permasalahan yang telah dipetakan (1) Tahap persiapan, (2) Tahap Implementasi dan (3) Tahap Monitoring dan Evaluasi. Tahap pertama atau tahap persiapan, tim berkordinasi dengan Sekretaris Desa Jatisura untuk merencanakan jadwal kegiatan. Kemudian tim menyiapkan materi yang dibutuhkan dengan melakukan pembagian tugas antar tim yang terdiri dari dosen dan mahasiswa.

Tahapan implementasi meliputi (1) edukasi pentingnya media sosial sebagai saluran promosi pariwisata (2) teknik membuat mikroblog (3) praktek menggunakan Canva. Selanjutnya adalah tahap evaluasi atau tahap akhir dari pendampinga, dimana pada tahap ini tim melakukan pre-test dan post-test untuk mengukur ketercapaian kegiatan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Wisata Jatisura masih dikategorikan sebagai desa wisata rintisan, hal ini terlihat dari terbatasnya sarana dan prasarana atau dapat disimpulkan bahwa Desa Jatisura juga belum sepenuhnya menunjukkan integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas yang mendukung. Sejauh ini lebih cenderung fokus pada destinasi wisata dan sebagai besar masih dimiliki oleh perseorangan, padahal partisipasi masyarakat menjadi kunci dalam pengembangan desa wisata (Herdiana, 2019).

Berdasar hal tersebut program yang dapat ditindaklanjuti mengingat potensi Desa Jatisura sangat besar, salah satunya adalah pelatihan produksi konten singkat atau mikroblog di media sosia. Peserta pelatihan membuat dan mendesain mikroblog terdiri dari sepuluh remaja asal Desa Jatisura, 10 peserta tersebut saat ini menempuh Pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 1 Cikedung (SMK 1) Cikedung.

Pendampingan pelatihan diawali dengan pre-test tentang materi PKM, hal ini bertujuan untuk agar tim dapat mengidentifikasi kemampuan remaja. Berdasarkan hasil pretest, tim menyimpulkan bahwa sebagian besar peserta telah memiliki media sosial seperti Instagram dan Facebook, namun media sosial yang dimiliki belum dimanfaatkan sebagai saluran promosi desa wisata. Selain itu, pengetahuan dan membuat mikroblog belum dipahami dan dilakukan oleh peserta.

Sesuai dengan hasil pretest, tim PKM terlebih dulu melakukan edukasi tentang pentingnya media sosial sebagai saluran promosi. Kemudian dilanjutkan edukasi mikroblog dan pendampingan pembuatan atau desain mikroblog.



Gambar.2. Kegiatan Pendampingan PKM Produksi Konten Media Sosial

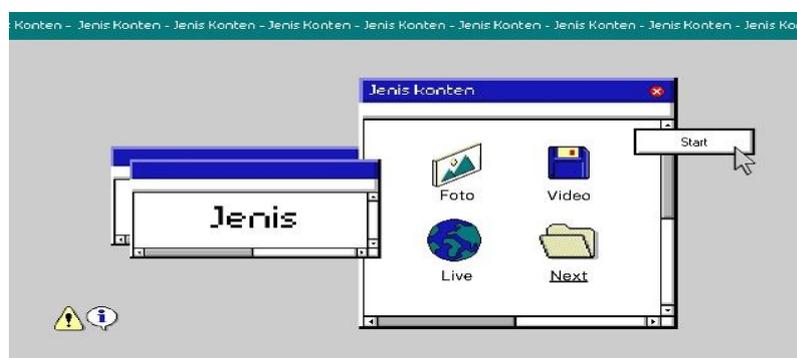
Pendampingan pembuatan atau desain mikroblog dilakukan oleh mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, alasan memilih mikroblog dikarenakan mikroblog telah menjadi pilihan utama bagi para pemasar untuk mempromosikan destinasi wisata mereka (Huang & Xie, 2013). Adapun materi awal adalah “Desain Mikroblog bagi pemula” dengan materi sebagai berikut:



Gambar.3. Materi 1



Gambar.4. Materi 2



Gambar.5. Materi 3

Pendampingan diawali dengan pengenalan *platform* yang saat ini banyak digunakan sebagai promosi pariwisata di Indonesia, Instagram dulunya hanya berfungsi sebagai media fotografi *online* telah berkembang pada bidang-bidang seperti periklanan dan pemasaran. Selain Instagram, Tiktok juga dianggap sebagai media yang tepat untuk mempromosikan pariwisata, bahkan Kemenpar RI telah memperkenalkan Tiktok Wonderful Indonesia sebagai bentuk promosi wisata era tourism 4.0 (Poerwanto, 2019).

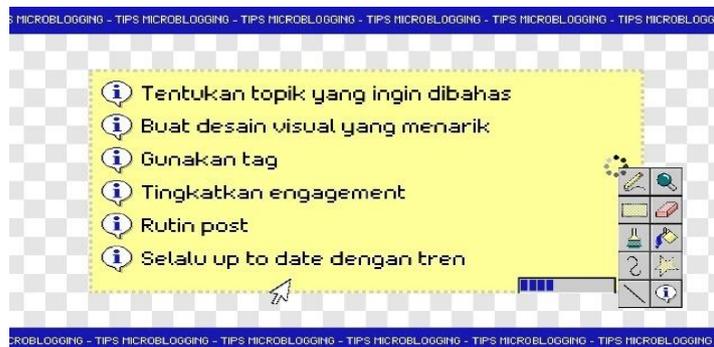
Berdasarkan data yang diperoleh, untuk menjadi saluran utama komunikasi pariwisata di Jatisura tim PKM menekankan pentingnya penggunaan media sosial khususnya Instagram dan Tiktok untuk mengembangkan pariwisata.

Adapun materi utama dari pendampingan media sosial adalah pembuatan pesan singkat atau pendek dengan tujuan untuk memberikan informasi singkat kepada audiens. Pesan singkat disebut dengan istilah mikroblog, mikrobolog dapat dibuat dalam format foto, video, audio hingga teks.



Gambar.6. Materi 4

Selain menjelaskan format dan urgensi penggunaan mikroblog, pemateri juga menyampaikan teknik penting untuk membuat mikroblog. Adapun materi tersebut sebagai berikut:



Gambar.7. Materi 5

Tim PKM menjelaskan poin per poin terkait trik menarik minat audiens melalui mikroblog, namun sebelum menjelaskan terkait penggunaan aplikasi Canva. Selanjutnya menjelaskan materi penting utama yaitu membuat mikroblog, poin satu yaitu penentuan topik yang ingin dibahas adalah langkah penting dikarenakan pada langkah ini banyak komunikator merasa kebingungan. Hal ini disebabkan sulitnya memilih topik prioritas dengan ketersediaan informasi yang melimpah, sehingga untuk mengatasi hal tersebut dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti pengetahuan mendalam tentang topik dan pencarian kata kunci yang tepat.

Selain itu, beberapa hal yang disampaikan pada kegiatan pendampingan terkait dengan penentuan topik. Seperti membuat beberapa daftar topik yang diminati agar memudahkan dan fokus dalam pencarian informasi. Bukan hanya itu, pengalaman komunikator khususnya pengalaman berwisata juga menjadi topik yang menarik untuk diinformasikan.

Poin kedua dalam membuat mikroblog adalah cara membuat desain yang menarik, membuat mikrblog bisa menggunakan beberapa cara seperti menggunakan Power Point Presentation, Adobe Photoshop hingga Canva. Pada pendampingan ini, tim menggunakan bantuan Aplikasi Canva untuk memudahkan para peserta.

Meskipun secara teknis mudah untuk diaplikasikan, namun dalam pendampingan Tim UPNVJ juga menjelaskan kriteria-kriteria agar pesan singkat yang dibuat dapat disukai atau menimbulkan ketertarikan audiens. Desain dianggap menarik jika memenuhi beberapa unsur – unsur seperti tipografi. Tipografi memainkan peran penting agar desain menarik sehingga memilih jenis huruf merupakan langkah penting. Misalnya font harus merepresentasikan karakter dan ciri objek, serta menghindari ukuran font yang sangat kecil atau sebaliknya. Penggunaan huruf kapital juga menjadi fokus saat membuat pesan.

Kriteria selanjutnya adalah pemilihan warna, menggunakan warna yang kontras dianggap dapat menarik perhatian audiens misalnya warna kontras hitam dan kuning, putih dan biru. Hal penting lainnya adalah gambar yang dipublikasikan, para peserta pelatihan disarankan untuk menggunakan gambar yang dipotret sendiri bukan gambar yang didownload melalui internet. Meskipun demikian banyak website penyedia gambar yang bisa diakses secara gratis.

Langkah atau tahapan selanjutnya adalah membuat tag, hal ini bertujuan untuk menjangkau audiens yang luas sehingga memungkinkan postingan dapat dilihat oleh target sasaran. Membuat tag, harus dideskripsikan secara menarik serta memiliki kesesuaian dengan bahasan. Langkah muda untuk menentukan tag komunikator bisa menggunakan tag generator untuk menemukan tag yang relevan.

Langkah akhir adalah konsistensi postingan, diharapkan komunikator rutin memposting dan memberikan info-info terbaru dan sedang diperbincangkan. Gambar dibawah ini menunjukkan contoh-contoh konten singkat yang informatif.



Gambar.8. Contoh Mikroblog di Instagram



Gambar.9. Contoh Mikroblog di Instagram



Gambar.10. Contoh Mikroblog di Instagram



Gambar.11. Contoh Mikroblog di Instagram



Gambar.12. Contoh Mikroblog di Instagram

Setelah menyampaikan materi, selanjutnya Tim PKM UPNVJ mendampingi para peserta untuk mempraktekan materi yang telah didapat, para peserta dibagi menjadi 4 kelompok tujuannya untuk memudahkan berdiskusi tentang ide-ide yang akan dikomunikasikan.

Gambar 13 – gambar 15 merupakan hasil praktek dari salah satu kelompok dengan menggunakan Aplikasi Canva. Antusiasme peserta dalam pendampingan disebabkan oleh manfaat yang didapat oleh peserta pelatiha, dimana peserta dapat mengaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.



Gambar.13. Hasil Praktek Peserta Menggunakan Aplikasi Canva



Gambar.14. Hasil Praktek Peserta Menggunakan Aplikasi Canva



Gambar.15. Hasil Praktek Peserta Menggunakan Aplikasi Canva

Mangga jenis ini mempunyai rasa yang manis, dengan tekstur daging lembut, dan beraroma harum, kulitnya halus, dan bijinya tipis.



Gambar.16. Hasil Praktek Peserta Menggunakan Aplikasi Canva

Hasil praktek para peserta menunjukkan tingkat kreativitas yang berbeda-beda, beberapa minat dapat diidentifikasi Tim PKM UPNVJ pada peserta pelatihan. Minat ini

diketahui melalui proses diskusi kemudian dilanjutkan pada tahap pengerjaan. Sebagai besar peserta lebih menyukai mengambil gambar dan video untuk diposting di Instagram dan di Tiktok, hal ini terlihat dari proses pengambilan sampai dengan gambar merke hasilkan. Misalnya dengan memperhatikan komposisi objek, pengaturan cahaya, hingga menarik sudut atau angel yang unik dan menarik.

Sedangkan peserta lainnya, lebih menyukai membuat tulisan untuk menjadi pelengkap dari gambar yang telah dipotret, bukan hanya itu mereka mampu untuk merangkai ide untuk menjadi sebuah pesan yang menarik. Hal ini merupakan komposisi yang baik dalam sebuah tim karena saling melengkapi sehingga dibutuhkan pelatihan intensif untuk meningkatkan kemampuan para peserta.

Keahlian terkait produksi konten singkat atau mikroblog di media sosial menjadi penting untuk menarik kunjungan wisatawan, media sosial telah menjadi salah satu saluran utama bagi wisatawan saat mencari informasi. Ditambah lagi upaya Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif melakukan strategi untuk mengenalkan hingga menyebarkan destinasi wisata melalui strategi digital.

KESIMPULAN

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah memberikan pengetahuan dan keterampilan bagi pemuda di Desa jatisura, para peserta pelatihan telah mengetahui teknik produksi konten atau mikroblog mulai dari penentuan topik yang ingin dibahas, membuat desain visual yang menarik, menentukan tag yang relevan serta teknik-teknik lainnya untuk meningkatkan kunjungan. Selain itu, tim pkm juga memetakan minat peserta yang terdiri dari minat fotografi dan membuat konten. Minat ini sangat bermanfaat untuk meningkatkan promosi media sosial baik melalui instagram dan tiktok.

DAFTAR PUSTAKA

Afrillia, D. (2021). Mengenal Berbagai Tantangan dan Upaya Membangun Desa Wisata Berkelanjutan di Indonesia. 2021. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/09/06/mengenal-berbagai-tantangan-dan-upaya-membangun-desa-wisata-berkelanjutan-di-indonesia>

-
- Herdiana, D. (2019). Peran Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 63. <https://doi.org/10.24843/JUMPA.2019.v06.i01.p04>
- Huang L & Xie L. (2013). A Study of Tourism Destination Official Microblog Marketing Based on Content Analysis. *2013 International Conference on Service Sciences (ICSS)*, 170–175. <https://doi.org/10.1109/ICSS.2013.49>
- Leonandri, D., & Rosmadi, M. L. N. (2018). The Role of Tourism Village to Increase Local Community Income. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal) : Humanities and Social Sciences*, 1(4), 188–193. <https://doi.org/10.33258/birci.v1i4.113>
- Luthfi, W. (2021). Jumlah Desa Wisata Kian Meningkatkan dan Bentuk Sinergi Banyak Pihak Kelola Potensi Desa. 2021. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/09/07/jumlah-desa-wisata-kian-meningkat-bentuk-sinergi-banyak-pihak-kelola-potensi-desa>
- Poerwanto, E. (2019). TikTok, Medsos Paling Tepat Promosikan Pariwisata Indonesia. 2019. <https://bisniswisata.co.id/tiktok-medsos-paling-tepat-promosikan-pariwisata-indonesia/>
- Romi, R. (2022). *Inilah Geliat Desa Jati Sura Menuju Desa Wisata Terbaik*. <https://www.harianterbit.com/humaniora/pr-2744339576/inilah-geliat-desa-jati-sura-menuju-desa-wisata-terbaik>
- Susanti, I. (2020). *Pengembangan Desa Wisata, Kemenparekraf Apresiasi 20 Perguruan Tinggi*. <https://ekbis.sindonews.com/read/254530/34/pengembangan-desa-wisata-kemenparekraf-apresiasi-20-perguruan-tinggi-1606954349>
- Widhoroso, W. (2021). UNJ Komitmen Dorong Pengembangan Desa Wisata. 2021. <https://mediaindonesia.com/humaniora/433520/unj-komitmen-dorong-pengembangan-desa-wisata>
- Zebua, M. (2016). *Inspirasi Pengembangan Pariwisata daerah*. Deepublish: Yogyakarta.